

UCHWAŁA NR LXV/729/2022
RADY MIASTA ŚWIDNIK

z dnia 29 grudnia 2022 r.

w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Miejskiej Świdnik obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2022 r. poz. 559 z późn. zm.), art. 37a ust. 1, 2, 4, 6, 7, 9 i 10 oraz art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2022 r. poz. 503 z późn. zm.), w związku z uchwałą Nr LI/560/2022 Rady Miasta Świdnik z dnia 27.01.2022 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania na terenie Gminy Miejskiej Świdnik obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane, po zaopiniowaniu przez Komisję Strategii i Rozwoju oraz Komisję Gospodarki Komunalnej i Mieszkaniowej, Rada Miasta Świdnik uchwala, co następuje:

Rozdział 1.

Przepisy wprowadzające

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie Gminy Miejskiej Świdnik obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.

§ 2. Ustala się podział Gminy Miejskiej Świdnik na obszary o różnych postanowieniach:

1. obszar centrum – ograniczony od północy: południową granicą torów kolejowych (to jest działki geodezyjnej o numerze 152/51) na odcinku od zachodniej granicy działki geodezyjnej o numerze 2001 do ulicy Kosynierów; następnie od wschodu: wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Kosynierów (włączając skrzyżowanie z ulicą gen. Maczka) na odcinku do ronda im. Józefa Franczaka ps. „LALUŚ” (wyłączając rondo); od południa: południową granicą pasa drogowego ulicy Raclawickiej na odcinku od ronda im. Józefa Franczaka ps. „LALUŚ” do ronda Świdnicki Lipiec 80 (włączając rondo); od zachodu: zachodnią granicą pasa drogowego Alei Lotników Polskich na odcinku od ronda Świdnicki Lipiec 80 do ulicy Andrzeja Struga, północną granicą pasa drogowego ulicy Andrzeja Struga na odcinku od Alei Lotników Polskich do ulicy Elizy Orzeszkowej, wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Elizy Orzeszkowej na odcinku od ulicy Andrzeja Struga do ulicy Kolejowej, zachodnią granicą działki geodezyjnej o numerze 2001 co zamyka granicę obszaru; pozostały obszar Gminy Miejskiej Świdnik – od granic obszaru centrum do granic administracyjnych Gminy Miejskiej Świdnik.

§ 3. Uchwała Krajobrazowa nie narusza przepisów nadrzędnych, w szczególności z zakresu:

- 1) planowania i zagospodarowania przestrzennego;
- 2) ochrony zabytków i opieki nad zabytkami;
- 3) przepisów ochrony przyrody;
- 4) prawa budowlanego;
- 5) prawa o ruchu drogowym;

6) transportu kolejowego;

7) informacji o projektach dofinansowanych z funduszy publicznych.

§ 4. 1. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale III, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane, z zastrzeżeniem ust 2 i ust. 4.

2. Rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczonych do sytuowania na terenie Gminy Miejskiej Świdnik zostały wskazane w Rozdziale III oraz zdefiniowane w Rozdziale II.

3. Metodyka ustalania gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych została określona w Rozdziale II.

4. W odniesieniu do szyldów obowiązują ponadto:

1) maksymalna liczba szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z podziałem na dopuszczone typy szyldów, wskazana w Rozdziale III;

2) zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty określone w Rozdziale III.

§ 5. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale IV, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.

§ 6. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale V, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.

§ 7. Warunki i termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń i obiektów małej architektury określa Rozdział VI.

Rozdział 2.

Definicje i metodologia ustalania gabarytów i liczby szyldów

§ 8. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

1) **banerze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spójnej lub w formie siatki, sytuowaną na istniejących elementach zagospodarowania;

2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o powierzchni powyżej 5,8 m², umożliwiającą umieszczanie treści reklamy przeznaczonej do czasowej ekspozycji, najczęściej w formie plakatu, w układzie poziomym;

3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności ujęte w Wojewódzkim Rejestrze Zabytków);

4) **fladze reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału;

5) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:

- a) krawędzią dolną jest styk ściany z powierzchnią, na której jest sytuowana; zaś w przypadku zastosowania podcieni w poziomie parteru elewacji krawędź najbliższa poziomowi terenu, położonego bezpośrednio poniżej,
 - b) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - c) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, wieńczącej ją attyki lub linia styku ściany z okapem połaci dachowej,
 - d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;
- 6) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole:
 - a) mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła,
 - b) w układzie rewersowym, t. j. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie;
 - 7) **formie dwustronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
 - 8) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
 - 9) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
 - 10) **formacie małym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza $0,7\text{ m}^2$, zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 1,7 m;
 - 11) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż $0,7\text{ m}^2$, ale nie przekracza 3 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 3,9 m;
 - 12) **formacie standardowym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 3 m^2 , ale nie przekracza 6 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 5,4 m;
 - 13) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 6 m^2 , ale nie przekracza 18 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 10 m;
 - 14) **formacie dominującym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 18 m^2 ;
 - 15) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć drewnianą lub metalową szafkę z przezroczystym frontem oraz nieprzezroczystym tyłem, służącą do prezentacji umieszczonych w jej wnętrzu elementów, w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowaną w poziomie parteru elewacji;

- 16) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 17) **kasetonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki w kształcie prostopadłościanu z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła, lub formę ażurową posiadającą tło;
- 18) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;
- 19) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególny przypadek formy ażurowej, w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;
- 20) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji – linie proste, biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji, osie symetrii tych otworów oraz na przedłużeniu uskoku elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub detali architektonicznych, takich jak gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;
- 21) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji, takie jak: krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend; jego szerokością określa się odległość od jego zewnętrznej krawędzi do zewnętrznej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 22) **pasie szyldowym** – należy przez to rozumieć powierzchnię na elewacji w poziomie parteru, mieszczącą się ponad górną krawędzią witryn lub otworu drzwiowego, prowadzącego do budynku lub lokalu;
- 23) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 24) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej – lub gdy wyżej wymienione elementy nie występują – do górnej krawędzi elewacji;
- 25) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej, w przypadku ich sytuowania w sposób widoczny z dróg publicznych;
- 26) **pylonie** - należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;
- 27) **reklamie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2022 r. poz. 503 z późn. zm.);

- 28) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tworzywa sztucznego lub papieru mocowaną do elementów zagospodarowania przestrzennego, w szczególności szyb, za pomocą kleju;
- 29) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczane tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą, formy płaskiej bądź przestrzennej;
- 30) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;
- 31) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 32) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku;
- 33) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;
- 34) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:10;
- 35) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej - obowiązek trwałego związania z gruntem, a w przypadku występowania fundamentu obowiązek jego umieszczenia pod powierzchnią terenu lub z zachowaniem wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;
- 36) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
- a) nieużywanie efektów stroboskopowych i podobnych,
 - b) brak stosowania stroboskopowych lub podobnych efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
 - c) stosowanie ekranu w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający lub ekranie z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający,
 - d) stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,

- w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
- w nocy – 400 cd/m²;

- 37) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, o gabarytach umożliwiającym ręczne przenoszenie, wystawiane okresowo przed lokal, którego ofertę przedstawia, w szczególności sztaluga z menu, dwustronny koziolatek lub tablica kredowa;
- 38) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych w ramach dopuszczalnej liczby szyldów;
- 39) **szyldzie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2022 r. poz. 503 z późn. zm.);
- 40) **tablicy reklamowej** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2022 r. poz. 503 z późn. zm.);
- 41) **tabliczce kierunkowej** – należy przez to rozumieć ujednoliconą, niewielką tablicę reklamową, umieszczoną na słupku, wskazującą kierunek dotarcia do reklamowanej działalności;
- 42) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;
- 43) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, trwale związane z gruntem, o smukłej proporcji oraz o powierzchni ekspozycyjnej w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie;
- 44) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiającym zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;
- 45) **urządzeniu reklamowym** – należy przez to pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2022 r. poz. 503 z późn. zm.);
- 46) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno lub okna, w tym szczególnie okna wystawowe, a także drzwi lokalu użytkowego służące szczególnie ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, łącznie z przestrzenią otworu okiennego lub drzwiowego ograniczoną grubością ściany i krawędziami tego otworu;
- 47) **wysokim standard jakościowy** – należy przez to rozumieć:
 - a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych;
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji;
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych;
 - d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć.

§ 9. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Krajobrazowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Krajobrazowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;
- 4) wysokość sytuowania i wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone.
- 6) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
 - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
 - dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
 - b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie i które nie stanowi jedno lub dwustronnego urządzenia reklamowego;
- 7) liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot rozumiana jest jako jeden szyld w przypadku:
 - a) zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,
 - b) umiejscowienia w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej,
 - c) zastosowania szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania;
- 8) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy dwustronnej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

Rozdział 3.

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym będących

sztyldami, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§ 10. 1. W granicach obszaru centrum dopuszcza się, z zachowaniem postanowień §14, §15, §16, §17, §19, §20, §22, §23, §26, wyłącznie:

- 1) formy ażurowe,
- 2) gabloty ekspozycyjne,
- 3) kasetony reklamowe
- 4) murale reklamowe,
- 5) pylon reklamowy,
- 6) reklamę naklejaną,
- 7) semafony,
- 8) słupy ogłoszeniowo-reklamowe,
- 9) tabliczki na dystansach.

2. W gracach pozostałego obszaru Świdnik dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, zgodnie z postanowieniami §11 do §28.

§ 11. 1. Postanowienia dla banerów, nie będących sztyldami:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) zakaz sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego, z zastrzeżeniem lit. b,
- b) dopuszcza się sytuowanie na elementach krajobrazu kulturowego wyłącznie na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,
- c) dopuszcza się sytuowanie, z zastrzeżeniem lit. a:
 - na elewacjach, posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne, z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
 - wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku,
 - na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,

2) gabaryty:

- a) ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest sytuowany,
 - b) w przypadku sytuowania na ogrodzeniu budowy lub rusztowaniach dopuszcza się powierzchnię ekspozycyjną do 100% powierzchni ogrodzenia lub siatki zabezpieczającej rusztowanie;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.

3. Postanowienia dla banerów, nie będących sztyldami, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:

1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:

- a) na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na drzewach.
- 2) gabaryty: format średni lub format standardowy;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.

§ 12. 1. Postanowienia dla billboardów, nie będących szyldami:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) forma wolnostojąca;
- b) zakaz sytuowania:

- na elementach krajobrazu kulturowego,
- na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;

c) minimalne odległości od innych billboardów lub banerów sytuowanych na tej samej nieruchomości bez względu na ich gabaryt:

- 50 m dla formatu standardowego,
- 70 m dla formatu dużego.

2) gabaryty: format standardowy lub format duży, z tym zastrzeżeniem, że:

a) w zależności od wielkości powierzchni nieruchomości:

- na nieruchomościach o powierzchni do 4000 m² powierzchni – format standardowy,
- na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² powierzchni – format standardowy lub format duży;

b) określa się dopuszczalne wymiary powierzchni ekspozycyjnej (szerokość i wysokość powierzchni ekspozycyjnej):

- 3x2 m,
- 3,54x2,47 m,
- 5,04x2,38 m,
- 6x3 m,

3) standardy jakościowe:

- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- b) obowiązuje standard posadowienia,
- c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
- d) dopuszcza się formę dwustronną,
- e) dopuszcza się przewijaną powierzchnię ekspozycyjną;
- f) dopuszcza się wyświetlaną powierzchnię ekspozycyjną, przy zachowaniu standardu wyświetlania wyłącznie na działkach ewidencyjnych o powierzchni minimum 5500 m²;

4) rodzaje materiałów budowlanych:

- a) konstrukcja: metal i beton,
- b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

2. W odniesieniu do billboardów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie dwa,
 - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie sześć;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - na budynku:
 - z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
 - sytuowanie zbiorcze;
 - w formie wolnostojącej: zachowanie identycznych gabarytów dla wszystkich billboardów;
- 3) gabaryty: format średni, standardowy lub duży;

§ 13. 1. Postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem:

- 3) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca,
 - b) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza,
 - c) zachowanie smukłej proporcji;
- 4) gabaryty: format średni lub format standardowy;
- 5) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną,
- 6) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne.

3. W odniesieniu do flag reklamowych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca:
 - b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m²,
 - c) warunek trwałego związania z gruntem,
 - d) poza elementami krajobrazu kulturowego,
 - e) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego
 - f) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format średni lub format standardowy.

§ 14. W odniesieniu do form ażurowych, będących szyldami:

- 4) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:

- a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- b) w pasie szyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie jeden,
- d) na dachu: maksymalnie jeden;

5) zasady i warunki sytuowania:

- a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
- b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa,
- c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
 - w przypadku sytuowania prostopadle do elewacji, obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
 - w przypadku sytuowania równoległego do elewacji obowiązuje odniesienie się do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
- d) na dachu:
 - z zachowaniem właściwej proporcji,
 - w przypadku sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego jedynie jako neon;

6) gabaryty:

- a) obowiązuje format mały, format średni, format standardowy lub format duży,
- b) w przypadku sytuowania prostopadłego powyżej pasa szyldowego na elewacji: szerokość maksymalnie 1,5 m.

§ 15. 1. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, nie będących szyldami:

7) zasady i warunki sytuowania:

- a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
- b) odległości między gablotami ekspozycyjnymi sytuowanymi na tej samej nieruchomości: minimalnie 30 m, nie dotyczy formy zintegrowanej z wiatą przystankową;

8) gabaryty: format standardowy, z tym zastrzeżeniem, że określa się ściśle wymiary powierzchni ekspozycyjnej: szerokość 1,2 m i wysokość 1,8 m;

9) standardy jakościowe:

- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- b) dopuszcza się formę dwustronną,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej: przewijaną i wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania;

10) rodzaje materiałów budowlanych:

- a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
- b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

4. W odniesieniu do gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:

- a) dla formy wolnostojącej:
 - na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie trzy,
 - na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie sześć,
 - b) w przypadku sytuowania na budynku: maksymalnie dwa na każdej elewacji,
 - c) w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia: maksymalnie jeden na przęsło oraz dwa zintegrowane z bramą;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
- a) zachowanie formy zwartej,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania na budynku:
- a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - b) poniżej pasa szyldowego,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) sytuowanie zbiorcze;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
- a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło;
 - b) wykonane jako element stały, skomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty dla formy wolnostojącej: format mały lub format średni;
- 6) gabaryty w przypadku sytuowania na budynku: format średni;
- 7) gabaryty w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
- a) wkomponowany w przęsło: format mały,
 - b) zintegrowany z bramą: format mały lub format średni.

§ 16. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice,
 - b) powyżej pasa szyldowego: w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - c) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty: format mały, format średni, format standardowy lub format duży;

§ 17. Postanowienia dla murali reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) na elewacjach, posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne,
 - b) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,

- c) wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku;
- 2) zakaz sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% muralu;
- 4) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 5) rodzaje materiałów budowlanych: farba.

§ 18. Postanowienia dla przyczep reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;
 - b) zakaz sytuowania:
 - na miejscach parkingowych,
 - w pasach drogowych,
 - na elementach krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty: format duży;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal, guma.

§ 19. Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – maksymalnie jeden,
 - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie dwa,
 - c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
 - a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) sytuowanie zbiorcze,
 - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty dla formy wolnostojącej:
 - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – format mały lub format średni,
 - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – format mały, format średni lub format standardowy,
 - c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – format mały, format średni, format standardowy lub format duży.

§ 20. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:

- a) maksymalnie jedna na otwór okienny lub drzwiowy,
- b) maksymalnie 3 na urządzenie automatyczne;

2) zasady i warunki sytuowania:

- a) w witrynie,
- b) na urządzeniach automatycznych;

3) gabaryty:

- a) w witrynach
 - w przypadku formy ażurowej format mały lub format średni,
 - w pozostałych przypadkach format mały,
- b) na urządzeniach automatycznych: format mały lub format średni.

§ 21. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, nie będącej szyldem:

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;
- 2) gabaryty: maksymalnie 6m szerokości na 6m grubości na 6m wysokości;
- 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.

§ 22. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym lub poniżej;
 - b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,
 - c) forma dwustronna;
- 3) gabaryty: format mały.

§ 23. 1. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi sytuowanymi na tej samej nieruchomości, wynoszącej 30 m;
 - 2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;
 - 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
 - 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne dla reklamy wyświetlanej.
3. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, będących szyldami;

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi, wynoszącej 3 m;
- 3) gabaryty zgodnie z ust. 1.

§ 24. 1. Postanowienia dla stojaków reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakaz sytuowania na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającą swobodne przemieszczanie się,
 - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 2 m od granicy nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność;
- 2) gabaryty: format mały;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal lub drewno,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: farba lub kreda.

4. Postanowienia dla stojaków reklamowych, będących szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) sytuowanie zbiorcze,
 - c) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format mały.

§ 25. 1. Postanowienia dla tablic reklamowych innych niż zdefiniowane w uchwale krajobrazowej, niebędących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) sytuowanie na budynku na ścianach posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne:
 - w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - w zakresie tablic sytuowanych na jednej ścianie – zachowanie jednakowych gabarytów dla wszystkich tablic reklamowych oraz umieszczenie ich w jednym rzędzie lub w jednym wierszu,

- zakazuje się sytuowania w świetle otworów okiennych i na istotnych detalach architektonicznych;

b) sytuowanie w formie wolnostojącej,

2) gabaryty:

a) format mały, średni lub standardowy;

b) łącznie gabaryty powierzchni ekspozycyjnych sytuowanych na jednej ścianie nie mogą przekroczyć 6 m²,

c) w przypadku formy wolnostojącej łącznie gabaryty powierzchni ekspozycyjnych sytuowanych na jednej nieruchomości nie mogą przekroczyć 6 m²;

3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy,

4) rodzaje materiałów budowlanych: metal lub tworzywo sztuczne.

2. Postanowienia dla tablic reklamowych innych niż zdefiniowane w uchwale krajobrazowej, będących szyldami:

1) dopuszcza się sytuowanie na budynku, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:

a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji i nie więcej niż 2 na budynek,

b) sytuowanie zbiorcze,

c) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,

d) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,

e) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;

2) dopuszcza się sytuowanie w formie wolnostojącej, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:

a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy,

b) sytuowanie zbiorcze,

c) dopuszcza się formę dwustronną;

3) gabaryty:

a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – format mały lub format średni,

b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² – format mały, format średni lub format standardowy.

§ 26. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących szyldami:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji,

2) zasady i warunki sytuowania:

a) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,

- b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
- c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;

3) gabaryty: format mały.

§ 27. Postanowienia dla tabliczek kierunkowych, niebędących szyldami:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) forma wolnostojąca;
- b) zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;

2) gabaryty: format mały;

3) standardy jakościowe:

- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- b) obowiązuje standard posadowienia,
- c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
- d) dopuszcza się formę dwustronną,

4) rodzaje materiałów budowlanych:

- a) konstrukcja: metal, tworzywa sztuczne i drewno,
- b) powierzchnia ekspozycyjna: metal, tworzywa sztuczne lub malowane drewno.

§ 28. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden;

2) zasady i warunki sytuowania:

- a) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m²,
- b) sytuowanie zbiorcze,
- c) zachowanie smukłej proporcji,
- d) dopuszcza się formę dwustronną,

3) gabaryty: format duży lub format dominujący.

Rozdział 4.

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§ 29. Zakazuje się:

1) stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:

- a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%,
 - b) poniższych materiałów
 - prefabrykatów betonowych, z wyłączeniem cokołu,
 - blach trapezowych i falistych,
 - tworzyw sztucznych;
- 2) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego poniższych materiałów:
- a) siatek ogrodzeniowych,
 - b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy.

§ 30. Dopuszcza się sytuowanie zewnętrznego ogrodzenia nieruchomości wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny o różnym przeznaczeniu lub różnych zasadach zagospodarowania, lub w linii ogrodzeń sąsiadujących, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia w następujących przypadkach:

- 1) konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikającej z przepisów odrębnych;
- 2) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;
- 3) utrzymania porządku;
- 4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

§ 31. Ogranicza się gabaryty ogrodzeń poprzez obowiązek zachowania wysokości zbliżonej do ogrodzenia sąsiedniego, z dopuszczeniem różnicy nie większej niż 25% wysokości – nie dotyczy ogrodzeń towarzyszących obiektom sportowym, cmentarzom, miejscom pamięci i ogrodzeniom zabytkowym.

Rozdział 5.

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§ 32. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych w obszarze przestrzeni publicznej wprowadza się obowiązek:

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany.

§ 33. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy.

§ 34. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, przez nałożenie obowiązku:

- 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych kolorystyki szarej, czarnej lub ciemnozielonej, lub brązowej;

2) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików.

§ 35. Maksymalne gabaryty, określone w §33 oraz standardy jakościowe, wskazane w §34 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.

Rozdział 6.

Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych

§ 36. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych, na 24 miesiące od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2 i ust. 3.

2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej banerów na 12 miesięcy.

3. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.

4. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje ogrodzeń;
- 2) wszystkie rodzaje małej architektury.

§ 37. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez usunięcie lub odpowiednie zmniejszenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Krajobrazowej, z możliwością ich translokacji, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Krajobrazowej w nowej lokalizacji.

§ 38. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych należy usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię elementu, szczególnie elewacji, do którego tablica lub urządzenie były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.

Rozdział 7.

Przepisy końcowe

§ 39. Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Burmistrzowi Miasta Świdnik

§ 40. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Świdnik uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 1 do uchwały

§ 41. Zilustrowanie przebiegu granic, określonych jednoznacznie w §2 pkt 1 i pkt 2 stanowi załącznik graficzny do uchwały.

§ 42. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Lubelskiego

Przewodniczący Rady
Miasta Świdnik

Włodzimierz Radek

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Świdnik uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej

Lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych a, wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Świdnik w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Miasta Świdnik obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (l.p.)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym; Sposób rozpatrzenia Burmistrza Miasta Świdnik z uzasadnieniem; Rozstrzygnięcie Rady Miasta Świdnik o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Świdnik.
McDonald's Polska Sp. z o.o.	1.	<p>Uwaga dotyczy: Ogólna.</p> <p>Treść uwagi: Wnoszę o uwzględnienie w projekcie uchwały okoliczności, że przedsiębiorstwa sieciowe (tj. działalność prowadzona pod tą samą marką w co najmniej 300 obiektach na obszarze kraju) z reguły posługują się charakterystycznym systemem identyfikacji indywidualnej ich obiektów, które każdorazowo jest harmonizowane z bryłami i proporcjami budynków. Dlatego też oznakowanie obiektów przedmiotowych przedsiębiorstw powinno zostać wyodrębnione w uchwale i poddane odrębnej regulacji, dopuszczającej możliwość stosowania systemu identyfikacji indywidualnej ich obiektów.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Regulacje Uchwały Krajobrazowej, oparte o wewnętrzne ustalenia korporacji mogłoby stanowić formę wyłączenia podmiotowego, co nie jest dopuszczalne na gruncie prawa.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
	4.	<p>Uwaga dotyczy: § 8 pkt 38)</p> <p>Treść uwagi:</p>

	<p>Ze względu na to, że na większych nieruchomościach zastosowanie jednego wspólnego urządzenia nie będzie spełniać swoich funkcji tj. nie będzie wskazywać lokalizacji działalności danego przedsiębiorcy ze względu na jego znaczne oddalenie od takiego urządzenia, wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia:</p> <p>38) sytuowaniu zbiorczym – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości o powierzchni większej niż 4000 m², polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych w ramach dopuszczalnej liczby szyldów;</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga jest wewnątrznie sprzeczna. Wskazuje się, że zasada grupowania powinna dotyczyć mniejszych nieruchomości, jednak z treści zmiany wynika rozwiązanie odmienne. Niemożliwe jest w tym kontekście zrozumienie intencji uwagodawcy.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
7.	<p>Uwaga dotyczy: § 9 pkt 5 i 6 lit. b)</p> <p>Treść uwagi: Zapis pozostaje we fragmentach niejasny, dlatego wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia:</p> <p>5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone.</p> <p>6) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:</p> <p>b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie i <u>które nie stanowi jedno lub dwustronnego urządzenia reklamowego</u>;</p> <p>Rozpatrzenie: Częściowe nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Propozycja dotycząca §9 pkt. 6 lit. b jest zasadna i dobrze doprecyzowuje postanowienie, jednak pierwsza część uwagi jest niezrozumiała – w postanowieniu wskazuje się na to, że do gabarytu reklamy nie wlicza się np. śrub lub kotw wmontowanych w ścianę.</p>

	<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Częściowe nieuwzględnienie</p>
10.	<p>Uwaga dotyczy: § 14</p> <p>Treść uwagi: ze względu na definicję pasa szyldowego szyld w zakresie budynku może znajdować się albo na elewacji albo na dachu, m.in. dlatego konieczne jest wprowadzenie następujących zmian w w/w zapisach:</p> <p>W odniesieniu do form ażurowych, będących szyldami:</p> <p>1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:</p> <p>a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji, b) w pasie szyldowym: maksymalnie <u>trzy</u> na każdej elewacji, c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie jeden, d) na dachu: maksymalnie jeden;</p> <p>2) zasady i warunki sytuowania:</p> <p>a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego, b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa, c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: - obowiązuje sytuowanie prostopadłe do elewacji, - obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi, d) na dachu: - z zachowaniem właściwej proporcji, - w przypadku sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego jedynie jako neon; 3) gabaryty:</p> <p>a) obowiązuje format mały, format średni, format standardowy lub format duży, b) w przypadku sytuowania prostopadłego powyżej pasa szyldowego na elewacji: szerokość maksymalnie 1,5 m</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Zgodnie z definicją pasa szyldowego jest to odpowiedni fragment elewacji, nie obejmuje zatem to pojęcie w żaden sposób dachu. Uniemożliwienie sytuowania szyldów powyżej tego pasa byłoby krzywdzące dla wielu działalności w tym dla wnioskodawcy – byłoby nieuzasadnionym ograniczeniem.</p> <p>W zakresie uwagi dotyczącym zwiększenia dopuszczalnej liczby szyldów w pasie szyldowym należy podkreślić niezwykle istotny element projektu Uchwały Krajobrazowej – sposób liczenia szyldów §9 pkt 7, w którym mówi się o tym, że wszystkie elementy szyldu ażurowego są liczone jako jeden. Jeśli więc jakaś działalność ma kilka takich elementów w pasie szyldowym – jak przedmiotowa działalność – to wliczają się one w limit dopuszczony</p>

		uchwałą.
		Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie
	13.	Uwaga dotyczy: § 19 pkt 3) Treść uwagi: Wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia: 3) gabaryty dla formy wolnostojącej: a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m ² – format mały lub format średni, b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m ² do 4000 m ² – format mały, format średni lub format standardowy, <u>lub format duży</u> c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m ² – format mały, format średni, format standardowy lub format duży Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Konsekwencją uwzględnienia uwagi byłoby zrównanie nieruchomości mającej 2 200 m ² z nieruchomością wielkości 14 000 m ² , co tworzyłoby zbyt znaczący kontrast i byłoby niedopasowane charakteru zagospodarowania terenu na działkach takich wielkości. Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie

16.	<p>Uwaga dotyczy: § 25 ust. 2</p> <p>Treść uwagi: wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia: Postanowienia dla tablic reklamowych innych niż zdefiniowane w uchwale krajobrazowej, będących szyldami:</p> <p>1) dopuszcza się sytuowanie na budynku, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:</p> <p>a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie <u>dwa</u> na każdej elewacji i nie więcej niż <u>4</u> na budynek,</p> <p>b) sytuowanie zbiorcze,</p> <p>c) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,</p> <p>d) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,</p> <p>e) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;</p> <p>2) dopuszcza się sytuowanie w formie wolnostojącej, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:</p> <p>a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy,</p> <p>b) sytuowanie zbiorcze,</p> <p>c) dopuszcza się formę dwustronną;</p> <p>3) gabaryty:</p> <p>a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – format mały lub format średni,</p> <p>b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² – format mały, format średni lub format standardowy.</p> <p>Rozpatrzenie: Częściowe nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Dopuszczenie większej liczby szyldów na budynku sprawiłoby zbyt dużą dysharmonię. Jednak znaczące ograniczenie szyldów na ogrodzeniach może być złagodzone w sposób kontrolowany poprzez uwzględnienie części uwagi o zwiększeniu liczby szyldów wolnostojących.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik Częściowe nieuwzględnienie</p>
19.	<p>Uwaga dotyczy: § 28</p> <p>Treść uwagi:</p>

	<p>Ze względu na to, że na większych nieruchomościach zastosowanie jednego wspólnego urządzenia nie będzie spełniać swoich funkcji tj. nie będzie wskazywać lokalizacji działalności danego przedsiębiorcy ze względu na jego znaczne oddalenie od takiego urządzenia wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia:</p> <p>Postanowienia dla totemów, będących szyldem:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden; 2) zasady i warunki sytuowania: <ol style="list-style-type: none"> a) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m², b) sytuowanie zbiorcze, c) zachowanie smukłej proporcji d) dopuszcza się formę dwustronną; 3) gabaryty: format duży lub format dominujący. <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Wspomniany paragraf dotyczy totemów reklamowych – czyli jednych z największych szyldów. Uchwała jest niezwykle liberalna w tym zakresie. Dopuszcza stosowanie formatu dominującego na stosunkowo niewielkich nieruchomościach. Jednak aby nie uzyskać dysharmonii przestrzennej, wskazaniem przy zastosowaniu tej formy informowania o swojej działalności jest zasada sytuowania zbiorczego. Totem nie wskazuje miejsca występowania działalności na nieruchomości tylko sam fakt jej istnienia. Jest widoczny z daleka. Szyldy rozprowadzające ruch po nieruchomości można wprowadzić stosując nośniki do tego bardziej odpowiednie. Np. pylony czy gabloty.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
22.	<p>Uwaga dotyczy: § 32 pkt 2)</p> <p>Treść uwagi: wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia: §32. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych w obszarze przestrzeni publicznej wprowadza się obowiązek: 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, lub do 50 cm ponad nawierzchnią na której dany obiekt jest umieszczany.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Sytuowanie fundamentów ponad powierzchnią gruntu, w dodatku jeszcze o tak znacznej wysokości może powodować niebezpieczne sytuacje w przestrzeniach publicznych.</p>

		<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
25.	<p>Uwaga dotyczy: § 34</p> <p>Treść uwagi: wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia: Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, przez nałożenie obowiązku:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych <u>kolorystyki stonowanej, w tym</u> szarej, czarnej lub ciemnozielonej, lub brązowej; 2) stosowania dla elementów z tworzywa sztucznego <u>kolorystyki stonowanej, w tym</u> szarej, czarnej lub ciemnozielonej, lub brązowej; 3) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików 	
	<p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Sformułowanie „kolorystyka stonowana” jest niejednoznaczne.</p>	
	<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>	
28.	<p>Uwaga dotyczy: § 36 ust. 3</p> <p>Treść uwagi: Z zastrzeżeniem pierwszeństwa uwagi zgłoszonej w punkcie poniżej dotyczącym ochrony praw nabytych, wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia:</p> <p>3. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę lub zgłoszenia prac budowlanych, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.</p>	
	<p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Zgłoszenie prac budowlanych jest szybką i prostą procedurą, dlatego często chętniej z niej korzystano przy sytuowaniu tablic lub urządzeń reklamowych. Oznacza to jednak – w przeciwieństwie do pozwolenia na budowę – równie proste dostosowanie danej reklamy (pod względem dopełnienia formalności). Obiekty sytuowane w oparciu o pozwolenie na budowę wymagają przy dostosowaniu odpowiednich zgód na przebudowę czy rozbiórkę – stąd wydłużenie terminu dostosowania, nieadekwatne dla reklam sytuowanych w oparciu jedynie o zgłoszenie zamiaru prowadzenia robót budowlanych.</p>	

		<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
	31.	<p>Uwaga dotyczy: § 36 ust. 3</p> <p>Treść uwagi: Wnoszę o uwzględnienie w projekcie uchwały faktu, że w przypadku gdy zabudowa nieruchomości w szyldy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę, nastąpiło to na podstawie praw nabytych, a prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego, dlatego wnoszę o nadanie w/w postanowieniom następującego brzmienia: „nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale istniejące w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablice i urządzenia reklamowe w tym szyldy, sytuowane na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę lub zgłoszenia prac budowlanych”</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje możliwości wprowadzania zwolnień z obowiązku dostosowania. Prawa nabyte zostały skonsumowane w momencie realizacji zamierzenia budowlanego. Jednak z poszanowania prawa jako takiego przewidziano dłuższy czas dostosowania dla takich reklam. Ponadto znacząca większość szyldów podmiotu jest zgodna z postanowieniami uchwały.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
Jeronimo Martins Polska Spółka Akcyjna	34.	<p>Uwaga dotyczy: § 10</p> <p>Treść uwagi: Paragraf dotyczy stosowania w obszarze centrum wyłącznie wskazanych urządzeń lub tablic; takie brzmienie uniemożliwia stosowanie niektórych szyldów. Postuluje się dodanie do tego katalogu totemów oraz formy ażurowej, których obecnie nie można stosować w centrum; brak możliwości umieszczenia szyldu na totemie przy obiekcie, którego nie widać od ulicy (słaba widoczność dla klientów) jest zbyt daleką ingerencją w prawa przedsiębiorcy do informowania o miejscu prowadzenia działalności. Odnosząc się do raportu z konsultacji, gdzie organ odpowiedział na</p>

		<p>zgłoszone poprzednio uwagi należy wskazać, że JMP nie powoływało się na konkretne sklepy, lecz uwaga była sformułowana w sposób ogólny, na przyszłość, jeśli pojawią się nowe sklepy. Nie może być argumentacją dla odrzucenia uwagi o dopuszczeniu totemów w centrum fakt, że JMP obecnie nie ma totemów przy niektórych sklepach</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Ograniczenie niektórych form szyldów w centrum jest świadomym zabiegiem. W projekcie uchwały krajobrazowej nie ma zapisów ograniczających stosowanie formy ażurowej w centrum, o czym świadczy § 10 ust. 1 pkt 1. Ograniczenia dla totemów wynikają stricte ze śródmiejskiego charakteru zabudowy – innego niż pozostała zabudowa Świdnika. Totemy są za to szeroko dopuszczone w zabudowie osiedlowej i podmiejskiej, gdzie są właściwą formą przestrzenną.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
37.		<p>Uwaga dotyczy: § 12</p> <p>Treść uwagi: Postuluje się dopuszczenie sytuowania billboardów również na budynkach, nie tylko wolnostojących. Organ w raporcie z konsultacji nie odniósł się do tej kwestii. W § 12 ust. 1 pkt 2) lit. b) wskazano konkretne dopuszczalne wymiary powierzchni ekspozycyjnej; tak daleko idąca konkretyzacja jest wykroczeniem poza swobodę gminy ustalania parametrów reklam. JMP postuluje, aby zwiększyć wymiary billboardów do wymiarów 540 X 260, gdyż takie JMP stosuje. Nie jest zatem prawdą, że wymiary te są ustandaryzowane i inne nie występują.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: W uwadze odniesiono się do billboardów nie będących szyldami – których podmiot nie stosuje na swoich nieruchomościach. Podmiot stosuje szyldy będące billboardami – zgodnie z definicjami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ponadto podmiot odnosi się do wymiaru konstrukcji billboardu a nie do powierzchni ekspozycyjnej, która jest ogólnoeuropejskim standardem i jest uwzględniona w uchwale (5,04x2,38). Taka powierzchnia ekspozycyjna, po uwzględnieniu ramki około 20 cm daje wymiar podany w uwadze. Uwaga jest zatem bezzasadna.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>

40.	<p>Uwaga dotyczy: § 15</p> <p>Treść uwagi: postuluje się umożliwienie sytuowania gablot ekspozycyjnych nie tylko wolnostojących, ale również na obiekcie; ponadto zbyt daleko idącym ograniczeniem jest przyjęcie stałych parametrów dla powierzchni ekspozycyjnej, postuluje się ograniczenie w tym przypadku wyłącznie do formatu dużego, bez jednolitych wymiarów; JMP w dalszym ciągu podtrzymuje ten zarzut na przyszłość w przypadku stosowania tego rodzaju nośników jak gabloty ekspozycyjne nie będące sztyldami;</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Propozycja dopuszczenia urządzeń reklamowych wielkości formatu dużego, czyli aż 12 m² bez dodatkowych warunków nie może się spotkać z aprobatą w obliczu zagrożeń krajobrazowych, jakie ze sobą niesie.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
43.	<p>Uwaga dotyczy: § 20</p> <p>Treść uwagi: Postuluje się tutaj przyjęcie większego formatu niż mały, dopuszczenie stosowania reklamy naklejanej na większej powierzchni witryny; organ poprzednio nie uwzględnił tej uwagi, bo nie zawierała szerszego uzasadnienia, przy czym z żadnego przepisu nie wynika, że uwaga musi mieć uzasadnienie; JMP wskazuje, iż zasadne jest odniesienie się do powierzchni wyklejenia i np. w przypadku witryn można wskazać, że reklama naklejana nie może przekraczać 50 % powierzchni witryny; uzasadnienie dla tego rozwiązania jest np. sytuacja, gdy okna czy witryny są celowo zasłaniane i umieszczane na takiej wysokości, by światło dzienne nie utrudniało pracownikom pracy;</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uzasadnienie uwagi może, co do zasady, przekonać decydentów o jej zasadności. W przypadku, gdy nie występują odpowiednie argumenty a decydenci nie zgadzają się z samą treścią takie uzasadnienie mogłoby być pomocą, której zabrakło. Argumentacja pojawiła się w uzasadnieniu tej uwagi w ramach wyłożenia. Niestety należy stwierdzić, że nie jest ona przekonująca, szczególnie w świetle zapisów o doświetleniu budynków w których przebywają ludzie, prawie pracy i przepisach BHP – i ludzkiej potrzeby (w tym zdrowotnej) pracy w kontakcie ze światem zewnętrznym.</p>

	<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
46.	<p>Uwaga dotyczy: § 25 ust. 2</p> <p>Treść uwagi: Postuluje się usunięcie zapisu mówiącego o sytuowaniu zbiorczym; jest to zdecydowanie zbyt daleko ingerujące w swobodę działalności gospodarczej; zobowiązanie kilku przedsiębiorców do umieszczenia szyldów na wspólnych tablicach jest niemożliwe w przypadku przedsiębiorców jakich jak Jeronimo Martins Polska — Biedronka, którzy posługują się logotypem stanowiącym element rozpoznawalnej marki, charakterystycznym szyldem z wizerunkiem owada; wspólne umieszczenie na jednej tablicy z innym podmiotem jest niedopuszczalne; ponadto nie sprecyzowano dopuszczanej wielkości takich wspólnych tablic czy urządzeń; Postuluje się dopuszczenie sytuowania szyldów nie tylko w pasie szyldowym, ale również powyżej poziomu parteru w przypadkach, gdy dotyczy to sytuacji, gdy szyld umieszczony w parterze nie będzie widoczny dla klientów od strony ulicy (bo np. jest zasłonięty przez drzewa lub inną zabudowę), albo w przypadku gdy lokal znajduje się w obiekcie wielokondygnacyjnym — postuluje się dopuszczenie umieszczenia szyldów na dachu lub w górnej części budynku tak, by szyld mógł być widoczny od strony ulicy; Postuluje się dopuszczenie stosowania formatu dużego przy obiektach do 2000 m²; obecne proponowane wymiary spowodują konieczność wymiany wszystkich szyldów stosowanych przez Biedronkę, co będzie się wiązało ze znacznymi kosztami.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Przywołany paragraf i definicja sytuowania zbiorczego odnosi się do wspólnych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych. W związku z czym można umieszczać na wspólnej konstrukcji oddzielne szyldy różnych działalności, co jest powszechną praktyką. Gabaryty szyldu jednej z takich działalności określa punkt 3 przywołanego ustępu paragrafu 25.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
49.	<p>Uwaga dotyczy: § 28</p> <p>Treść uwagi: Postuluje się dopuszczenie sytuowania totemów również na nieruchomościach poniżej 2000 m²; dopuszczenie totemów tylko na większych nieruchomościach jest nieuzasadnionym ograniczeniem swobody</p>

		<p>działalności gospodarczej; ta uwaga nie została poprzednio rozpatrzona — brak odniesienia się do tej uwagi w raporcie z konsultacji;</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Totemy – szyldy sytuowane na wysokim słupie – są najczęściej stosowane dla działalności, których sama powierzchnia użytkowa jest większa niż 1000 m², trudno więc oczekiwać, żeby miały być dopuszczone na nieruchomościach o wielkości odpowiedniej dla domku jednorodzinnego.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>
J.D.	52.	<p>Uwaga dotyczy: Rozdział III, §11, 1.,1,b)</p> <p>Treść uwagi: Uwaga tyczy się braku możliwości umieszczania reklam na ogrodzeniach posesji i firm. Powyższe założenia w wydatnym stopniu ograniczają niezbywalne prawo własności i możliwość dysponowania obiektami małej architektury jakimi są ogrodzenia posesji mieszkalnych oraz firm. Mając na uwadze chęć gminy do uporządkowania chaosu architektonicznego, nadmieniam, iż w umieszczaniu reklam na ogrodzeniach można pogodzić estetykę i pragmatyczność, poprzez zachowanie określonych zasad i założeń, nad którymi nikt się nie pochylił w trakcie opracowywania zapisów uchwały krajobrazowej. Ponadto pragnę zwrócić uwagę na to, że całkowity zakaz reklam na ogrodzeniach niewiele wniesie dla gminy, a wręcz przeciwnie, zuboży właścicieli posesji dla których opłata dzierżawna bywa wsparciem budżetu domowego oraz pozbawia małych przedsiębiorców możliwości taniej reklamy, a co za tym idzie pozyskiwania nowych klientów w zakresie handlu usług itp. Reklamy umieszczane na banerach i montowane na ogrodzeniach stanowią najtańszą formo prezentacji swojej firmy, co w dobie kryzysu ekonomicznego idzie w parze z oszczędnościami. Estetykę, o którą chodzi, jak domniemam w założeniach uchwały można uzyskać nakładając na właścicieli nośników reklamowych obowiązek do zastosowania się do opracowanych zasad i założeń (jeśli takie zostaną opracowane). Uważam, że większą szkodę dla architektury krajobrazu stanowić mogą dopuszczone uchwałą reklamy umieszczane na elewacjach budynków niż te na ogrodzeniach, których stosowania się nie dopuszcza. Ponadto trzeba wziąć pod uwagę, że uchwała ma zapewne charakter jednorazowy, więc powinna godzić i regulować wszystkie interesy i założenia dla których powstaje oraz rozwiązywać definitywnie problematykę powstałą w poprzednich latach. Tak więc, żeby uchwała nie była „dla samej siebie”, proszę o wzięcie pod uwagę moich sugestii. Pragnę również dodać, iż środki finansowe pozyskane od potencjalnych reklamodawców, nie tylko wzmacniają budżet domowy ale są również częściową rekompensatą dla mieszkańców posesji usytuowanych przy ruchliwych traktach komunikacyjnych.</p>

	<p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Miejsca, w których występują bannery na ogrodzeniu zostały wskazane zarówno w analizie przestrzennej jak i w konsultacjach społecznych jako ogarnięte największym poziomem chaosu reklamowego. Jednym z filarów uchwały krajobrazowej jest przeciwdziałanie takiej degradacji przestrzeni wspólnej mieszkańców.</p>
	<p>Stanowisko Rady Miasta Świdnik: Nieuwzględnienie</p>

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr LXV/729/2022

Rady Miasta Świdnik

z dnia 29 grudnia 2022 r.

Określenie granic obszarów o różnych regulacjach Uchwały Krajobrazowej dla Gminy Miejskiej Świdnik

