

Załącznik Nr 3 do uchwały Nr

Rady Miejskiej w Redzie

z dnia.....2025 r.

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag

zgłoszonych na podstawie art. 37b ust. 2 pkt 8 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.) do projektu uchwały w sprawie uchwalenia 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 Reda, który był wyłożony do publicznego wglądu w dniach od **23 września 2023 r. do 20 października 2023 r.**, w siedzibie Urzędu Miasta w Redzie przy ul. Gdańskiej 33.

Uwagi można było składać w nieprzekraczalnym terminie do dnia **3 listopada 2023 r.**

W związku z wyłożeniem do publicznego wglądu do projektu uchwały wpłynęły 3 pisma z uwagami.

1. Pismo nr 1 złożone 30 października 2023 r. przez firmę Cityboard Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie

Uwagi dotyczyły ustaleń zawartych w:

1.1) § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały w zakresie zmiany definicji billboard'u polegającej na zmianie w zakresie maksymalnej jego wysokości z „...nie wyżej niż 8,0 m...” na „...nie wyższej niż 13,0 m;

1.2) § 3 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały w zakresie zmiany gabarytu tablic i urządzeń reklamowych w formacie wielkim z „powyżej 9,0 m² do 18,0 m² włącznie” na powyżej 9,0 m² do 48 m² włącznie, ze względu na już istniejące w Redzie tablice tego formatu będące własnością Cityboard Media, usytuowane tuż przy Urzędzie Miasta;

1.3) § 3 ust. 1 punkt 22 projektu uchwały w zakresie wyjaśnienia o jakich przepisach odrębnych jest mowa w zakresie wyliczenia powierzchni reklamy w przypadku braku możliwości jej wyliczenia;

1.4) § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały w zakresie doprecyzowania zapisu i wyjaśnienia czy nośniki reklamowe ustawione na terenie miasta Redy, posiadające ważne dokumenty legislacyjne, będą musiały być dostosowane do ustaleń uchwały również w zakresie widoczności elementów konstrukcyjnych;

1.5) §5 ust. 1 pkt 3a)-d) projektu uchwały w zakresie doprecyzowania sposobu mierzenia odległości oraz postępowania w przypadku, gdy któraś z nich nie zostanie spełniona - właściciel którego nośnika reklamowego będzie musiał dostosować się do proponowanych odległości, jeżeli każdy z nich posiada prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany;

1.6) §9 ust. 1 pkt 1 e) projektu uchwały w zakresie usunięcia zapisu z projektu uchwały z powodu zagrożenia, że uchwała będzie nieważna. Uzasadnieniem jest zarzut Wojewody Łódzkiego w zakresie uregulowania „mobilnych” nośników reklamy, ponadto ustalenia nie są ostre, a zatem sprzeczne z zasadami techniki legislacyjnej;

1.7) §10 ust. 1 pkt 3 b) projektu uchwały w zakresie zmiany zapisu o odległościach względem krawędzi jezdni oraz odległości od budynku – brak podstaw do wprowadzania takich ograniczeń;

1.8) §10 ust. 7 pkt 1 b) projektu uchwały w zakresie usunięcia z projektu uchwały zapisu o odległości od elewacji budynku, ze względu że dostosowanie się do odległości 20 m doprowadzi do całkowitej likwidacji reklam już istniejących. Rozwiązanie to godzi w ochronę praw nabytych przez podmioty, które dokonały zgodnie z prawem zgłoszeń robót budowlanych na te tablice i urządzenia reklamowe, które zostały przyjęte przez właściwe organy lub uzyskały stosowne ostateczne pozwolenia na ich budowę;

1.9) § 10 ust. 7 pkt 4 b) projektu uchwały w zakresie usunięcia z projektu uchwały zapisu o odległości od elewacji budynku, ze względu że dostosowanie się do odległości 20 m doprowadzi do całkowitej likwidacji reklam już istniejących. Rozwiązanie to godzi w ochronę praw nabytych przez podmioty, które dokonały zgodnie z prawem zgłoszeń robót budowlanych na te tablice i urządzenia reklamowe, które zostały przyjęte przez właściwe organy lub uzyskały stosowne ostateczne pozwolenia na ich budowę;

1.10) § 13 ust. 1 pkt 1) projektu uchwały w zakresie dodania do ustaleń \ projektu uchwały zapisu o następującym brzmieniu:

„4. Zwalnia się z obowiązku dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany”.

Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 1

Ad. 1.1), 1.2) **Uwag nie/ uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Cityboard powołuje się na fakt, że posiada billboard'y na terenie miasta Redy i wprowadzenie oczekiwanych przez nich zapisów byłoby utrzymaniem stanu faktycznego, zgodnego z decyzjami administracyjnymi. Jednakże istotą uchwał krajobrazowych nie jest podtrzymanie stanu istniejącego, a wypracowanie takich zasad, które przywrócą porządek przestrzenny i pozwolą na dalsze, harmonijne kształtowanie ładu przestrzennego. Zadaniem stawianym przed tym dokumentem była w pierwszej kolejności identyfikacja zagrożeń, elementów negatywnie oddziałujących na krajobraz, zaburzających jego czytelny odbiór. W tym ujęciu tym bardziej należy oczekiwać, że usunięte bądź dostosowane do wypracowanych zasad zostaną te nośniki, które zidentyfikowano jako negatywnie oddziałujące na estetykę miasta.

Proponowane zmiany ustaleń zawartych:

- w § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały dotyczącej zmiany wysokości billboard'u z „...nie wyżej niż 8,0 m...” na „... nie wyższej niż 13,0 m,
- w § 3 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały dotyczącej zmiany gabarytu tablic i urządzeń reklamowych w formacie wielkim z „powyżej 9,0 m² do 18,0 m² włącznie” na powyżej 9,0 m² do 48 m² włącznie,

w miejscach wyznaczonych w uchwale do ich sytuowania, stanowiłaby zagrożenie dla estetycznego wizerunku miasta i jego otoczenia w kontekście istniejących walorów krajobrazowych miasta, istniejącego zagospodarowania i istotnych, dla utrzymania tego wizerunku, cennych elementów krajobrazowych.

Ad. 1.3) **Uwaga bez/ zasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 22 projektu uchwały, ustalenia w zakresie wyliczenia powierzchni reklamy w przypadku braku możliwości jej wyliczenia, odnoszą się do następujących przepisów odrębnych Art. 17b ust. 4 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (t.j. Dz. U. 2023 poz. Nr 70):

cyt.: „Jeśli kształt urządzenia reklamowego uniemożliwia wyznaczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, o którym mowa w ust. 3, wysokość opłaty zależy od pola powierzchni bocznej prostopadłościanu opisanego na urządzeniu reklamowym.”

Ad. 1.4) **Uwagę częściowo/ uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Zgodnie z proponowanymi ustaleniami uchwały krajobrazowej, tablice i urządzenia reklamowe na terenie miasta Redy będą musiały być dostosowane do ustaleń uchwały w wyznaczonym okresie dostosowawczym, ustalonym na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Ustalenie to dotyczy również ustaleń zawartych w § 3 ust. 4 uchwały krajobrazowej, które nakazują ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, poprzez ukrycie ich w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w tablice reklamową. Intencją tego ustalenia było odniesienie się jedynie do nowych tablic i urządzeń reklamowych, a nie do tych, których miejsce sytuowania i wielkość powierzchni ekspozycyjnej, są zgodne ustaleniami w uchwale, a ukrycie elementów konstrukcyjnych jest niemożliwe bez demontażu urządzenia.

Częściowo uwagę uwzględnia się w zakresie dotyczącym ukrycia i wkomponowania konstrukcji urządzenia w tablicę reklamową, poprzez odniesienie ustaleń jedynie do nowych urządzeń. Korekta polega na ujednoczeniu ustaleń zawartych w § 3 ust. 4 uchwały krajobrazowej polegającym na wpisaniu słowa „nowych”.

Ad. 1.5) **Uwaga bez/ zasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Oдноśnie doprecyzowania sposobu mierzenia odległości oraz postępowania w przypadku, gdy któraś z nich nie zostanie spełniona, w uchwale ustala się następujące postępowanie:

- 1) dostosowanie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego może nastąpić poprzez zmianę rodzaju i formatu, w szczególności poprzez dostosowanie do zasad sytuowania ustalonych w uchwale lub usunięcie;
- 2) jeżeli usytuowane są co najmniej dwie tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe w tym samym miejscu, to pierwszeństwo w pozostawieniu mają:
 - a) szyldy,
 - b) tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe najbardziej odpowiadające rodzajowi i formatowi lub pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, ustalonych w niniejszej uchwale;
- 3) w przypadku niespełnienia warunku odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, dostosowania wymagają:
 - a) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niestanowiące elementu wiaty przystankowej,
 - b) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, a w przypadku kiedy powierzchnie ekspozycji są równe to w kolejności tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone później w danej lokalizacji;
- 4) w przypadku, gdy tablice reklamowe i urządzenia reklamowe występujące na elewacji budynków, nie spełniają wymogów określonych w niniejszej uchwale, dotyczących ich ilości oraz łącznej powierzchni ekspozycji, to o pozostawieniu tablicy reklamowej bądź urządzenia reklamowego rozstrzygają następujące warunki w niżej podanej kolejności:
 - a) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie liter,
 - b) pozostawia się szyldy przed pozostałymi tablicami i urządzeniami reklamowymi,
 - c) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
 - d) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większych pozostałych gabarytach, zgodnie z kolejnością: wysokość, długość, szerokość.

Ad. 1.6) **Uwaga bez/ zasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Powołując się na uchwały krajobrazowe w woj. pomorskim, projekt uchwały krajobrazowej w Redzie również przewiduje zakaz sytuowania reklam na pojazdach, zaparkowanych na terenie miasta, widocznych w przestrzeni publicznej; zakaz dotyczy pojazdów służących wyłącznie funkcji reklamowej, takich jak przyczepa lub inne pojazdy bez silnika, dostosowanych jedynie do sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych. Nie stosuje się nazwy „mobilnych” nośników reklamy.

Ad. 1.7), 1.8), 1.9) **Uwag nie/ uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Zakaz sytuowania urządzeń reklamowych wolnostojących w odległości bliższej niż 20 m od elewacji budynków obowiązuje dla billboard'ów i tablic systemowych, w konkretnych lokalizacjach. Ustalenie ma zapobiec przesłanianiu elewacji budynków lub przesłanianiu widoku z okien tych budynków, urządzeniami reklamowymi w formacie dużym i wielkim.

Ad. 1.10) **Uwagi nie/ uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie i ujednolicenie występujących rodzajów reklam w przestrzeni publicznej miasta Redy, degradujących swoją wielkością, nadmierną gęstością występowania, w różnych formach, często nieestetycznych, przesłaniających cenną architekturę. Zwolnienie z obowiązku dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenia na

budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany, byłoby zaprzeczeniem istoty uchwał krajobrazowych, której celem jest przywrócenie porządku przestrzennego i harmonijne kształtowanie ładu przestrzennego miasta.

2. Pismo nr 2 złożone 2 listopada 2023 r. przez firmę SA Bibury sp. z o.o. w Warszawie

Uwagi dotyczyły:

2.1) § 8 ust. 1 pkt 1 lit. b) projektu uchwały w zakresie dopuszczenia wysokości logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, kasetonu w wymiarach określonych w metrach, tak aby możliwe było zmontowanie na elewacjach obiektów handlowych szyldu głównego o wymiarach co najmniej 5,1 m wysokości na 4,5 m szerokości;

2.2) § 8 ust. 1 pkt 2 lit. b) projektu uchwały w zakresie dopuszczenia wysokości logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, kasetonu w wymiarach określonych w metrach, tak aby możliwe było zmontowanie na elewacjach obiektów handlowych szyldu przyległego o wymiarach co najmniej 1,4 m wysokości na 4,8 m szerokości.

Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 2 – nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Ad. 2.1) i 2.2) Wskazany w uchwale sposób obliczania odpowiedniej wysokości szyldu, uzależniony jest od wysokości elewacji, na której będzie umieszczony. Ustalenie to pozwala na równe traktowanie podmiotów, ponieważ zawiera jednolite zasady dla wszystkich szyldów sytuowanych na terenie całego miasta. Ustalenia pozwalają na odpowiedni dobór szyldu o wielkości adekwatnej do gabarytów obiektu i na uniknięcie sytuacji, w której szyld mógłby być przeskalowany, niedostosowany do skali architektury przesłaniając lub zaburzając jej estetykę.

3. Pismo nr 3 złożone 26 października 2023r. przez firmę McDonald's Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie

Uwagi dotyczyły następujących ustaleń :

3.1) treść projektowanej uchwały pozostaje bardzo nieczytelna i w wielu miejscach niejasna;

3.2) projekt nie zawiera wskazania do których definicji pojęć „*obiekt małej architektury, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld*” zawartych „w innych przepisach” się odnosi;

3.3) projekt uchwały w ogóle nie posługuje się pojęciami szeroko stosowanymi w uchwałach krajobrazowych, których znaczenie zostało już ugruntowane w praktyce prawodawczej;

3.4) projekt uchwały zawiera postanowienia wykraczające poza uprawnienia ustawowe np. podejmowana jest w nim próba regulowania kwestii dotyczących straganów, które nie stanowią obiektów małej architektury;

3.5) wniosek o wprowadzenie następujących zmian do projektu uchwały:

a) §3.1. pkt 9 nadając mu następujące brzmienie uwzględniające standardowe wymiary i proporcje flag:

*flaga – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym o maksymalnej wysokości do **10 m**, na słupie oświetleniowym, na wysięgniku lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej lub jako reklama okolicznościowa; sytuowanie masztów nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie, w granicach jednej nieruchomości,*

b) §3.1. pkt 11 nadając mu następujące brzmienie:

*gabloty gastronomiczne – urządzenie reklamowe umieszczone na stojaku, na płocie, **lub wolnostojące**, sytuowane wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego **lub bezpośrednio przy wjeździe do miejsca sprzedaży w systemie „drive thru”**, na **lub przy** elewacji budynku przy wejściu do lokalu, przeznaczona do ekspozycji menu, o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu małego, z dopuszczeniem gabloty gastronomicznej sytuowanej w systemie „drive thru menu” o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu średniego **i z dopuszczeniem jej formy ekran,***

c) §3.1. pkt 23 lit. b) nadając mu następujące brzmienie usuwające nieuzasadnione zróżnicowanie w wysokości pylonów zależnie od działalności, której dotyczą, powodujące nieuzasadnioną faworyzację stacji paliw:

pylon – wolnostojące, pionowe urządzenie reklamowe, służące ekspozycji reklam, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, służące ekspozycji reklam, do którego zalicza się:

b) *pylon główny – urządzenie reklamowe, służące prezentacji szyldu głównego, reklamy, o maksymalnej wysokości do 7,0 m i maksymalnej szerokości do 1/3 wysokości, za wyjątkiem wysokości regulowanej odrębnie dla poszczególnych obszarów,*

d) § 3.1. pkt 35 nadając mu następujące brzmienie:

totem – urządzenie reklamowe wolnostojące w formie masztu o maksymalnej wysokości do 15 m, zwieńczonego logotypem przestrzennym, tablicą reklamową, literą przestrzenną, kasetonem, o szerokości do 1/3 wysokości i formacie nie większym niż duży;

e) § 4.1. pkt 3 nadając mu następujące brzmienie, oparte na brzmieniu art. 43 ust. 1 ustawy o drogach publicznych:

3) *zakaz sytuowania wolnostojących urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, wzdłuż osi drogi publicznej – ul. Gdańskiej, po obu stronach ul. Gdańskiej w odległości 6m, od strony wjazdu do z m. Rumi w kierunku ul. Wejherowskiej, wyznaczonych w załączniku nr 2 do uchwały, stanowiących strefę ochrony ekspozycji zabytku wpisanego do rejestru zabytków – kościoła pw. Wniebowzięcia NMP przy ul. Gdańskiej 3, oraz w strefach ochrony ekspozycji innych cennych zespołów zabudowy i otwarć widokowych wskazanych w załączniku nr 2 do uchwały;*

f) § 5 pkt 1 lit. b) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności brak jest definicji „panoramy miasta”),

g) § 5 pkt 2 lit. a) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności oczywistym jest, że ogrodzenia kształtują ciągi komunikacyjne, więc nie bardzo jasne jest pojęcie „niekolidowania” np. w przypadku tzw. ślepej uliczki, szlabanów, bram wjazdowych, fontann na placach),

h) § 5 pkt 2 lit. b) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności całkowicie niezrozumiałe jest jak w praktyce ma wyglądać „sytuowanie obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni”),

i) § 7.1. pkt 2 nadając mu następujące brzmienie, przywracające równowagę w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej w lokalach w budynkach wielolokalowych i 1-lokalowych:

na budynek – poza szyldami wskazanymi w pkt. 2) poniżej, jeden dodatkowy szyld na każdą elewację budynku, na każdą elewację narożnej witryny, lub od strony witryny, lub od strony ulicy, dodatkowo jeden szyld semaforowy; z zastrzeżeniem, że w przypadku budynku w którym działalność prowadzona jest przez jeden podmiot dopuszczalne jest sytuowanie po dwa szyldy na każdej elewacji niezależnie od tego, czy znajduje się na niej ogólnodostępne wejście;

j) § 8.1. pkt 1 lit. b) tiret pierwsze i drugie nadając mu następujące brzmienie:

W formie:

- *logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, o wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/5 odległości dolnej krawędzi logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi, a dla budynków parterowych szyldu przyległego o 1/3 wysokości elewacji budynku mierzonej od terenu przyległego do okapu,*

- *logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej:*

-do 0,9 m wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,

-do 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,2 m dla elewacji o wysokości od 6,0 m do 12,0 m,

-do 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji wyższych niż 12,0 m,

k) § 8.1. pkt 2 lit. a) tiret trzecie nadając mu następujące brzmienie:

sytuowany:

- na **parasolu**, na markizie, lub na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku ulicznym, lub innych nośnikach reklamy,

l) §8.1. pkt 2 lit. b) tiret trzecie nadając mu następujące brzmienie uwzględniające konieczność ujednolicenia wysokości szyldów stosowanych na elewacjach:

W formie:

- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu:
- sytuowanych na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/5 odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
- przymocowanych bezpośrednio do elewacji albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego,

m) § 11.1 pkt 1) nadając mu następujące brzmienie:

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obszarze całego miasta:

1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej, oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety brązów, beży, zieleni i szarości; ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy obiektów sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowni zewnętrznych,

n) § 12.1. – poprzez dodanie w nim lit. d) o następującym brzmieniu:

trwale związane z gruntem ogrodzenia ogródków gastronomicznych w formie ażurowej lub przeziernej o wysokości nie większej niż 2,0 m.

Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 3

Ad. 1), 2), 3) Uwagi bez/ zasadne.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Składający uwagi wnosi, iż treść projektowanej uchwały pozostaje bardzo nieczytelna i w wielu miejscach niejasna. Są to uwagi nieuzasadnione, ponieważ uchwały o podobnej formie i treści już funkcjonują w Sopocie, Gdyni i Gdańsku. Z tego wynika, że jednak są czytelne i prawidłowo funkcjonują w realizacji.

Ad. 4) Uwagę uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwaga dotyczy ustaleń zawartych w § 3 ust. 1 pkt 31 uchwały krajobrazowej, w zakresie definicji „straganów”, które zdaniem składającego uwagę, nie stanowią obiektów małej architektury. Uznaje się uwagę za pomyłkę edytorską, polegającą na pozostawieniu definicji „straganu” w projekcie uchwały krajobrazowej bez dalszego przywołania w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów. W trakcie konsultacji, uzgodnień i wprowadzania kolejnych poprawek, zapadły decyzje usunięcia ustaleń dotyczących „straganów”. Korektę wykonano w zakresie ustaleń szczegółowych, odnoszących się do poszczególnych obszarów, natomiast omyłkowo pominięto usunięcie definicji. Obecnie definicja sama w sobie niczemu nie służy, bo nie została wykorzystana do formułowania regulacji, dotyczących zasad sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. Usunięcie definicji nie zmieni treści uchwały.

W projekcie uchwały, w ramach reklamy okolicznościowej, funkcję nośnika reklamy pełni stoisko promocyjne, pawilon lub namiot, sytuowane w mieście dla drobnej sprzedaży świątecznej lub okolicznościowej, podczas imprez organizowanych przez miasto.

Ad. 5 a). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 9 uchwały krajobrazowej zaproponowano maksymalną wysokość do 5,0 m masztu wolnostojącego, na którym umieszczone są flaga albo proporzec. Jest to wysokość adekwatna do średniej

wysokości budynków w mieście i otaczającego krajobrazu. Tymczasem składający uwagę wnosi, aby ją podwoić do maksymalnej wysokości 10,0 m. Proponowana wysokość byłaby wysokością dominującą w krajobrazie miasta. W założeniach do uchwały jednym z postulatów, oprócz wielkości i ilości, było ograniczenie wysokości i dominacji reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej.

Ad. 5 b). Uwagę częściowo/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 2 pkt 11 uchwały krajobrazowej zaproponowano czytelną i jednoznaczną definicję gabloty gastronomicznej, dla której przewidziano szczególną możliwość sytuowania w systemie „driver thru”. Ten rodzaj reklamy może być stosowany przez wszystkich przedsiębiorców, którzy korzystają z tego systemu. Jednakże w celu doprecyzowania definicji zgodnie z uwagą, proponuje się wnieść korektę polegającą na wprowadzeniu zaproponowanych zmian w zakresie określenia szczegółowego miejsca sytuowania. To znaczy umiejscowienia gabloty cyt.: „bezpośrednio przy wjeździe do miejsca sprzedaży w systemie „drive thru””, co nie zmienia pierwotnego znaczenia tej definicji. Pozostałe propozycje wniesienia zmian są niezrozumiałe, wobec tego bezzasadne.

Ad 5 c). Uwagę częściowo/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 2 pkt 23 uchwały krajobrazowej zaproponowano maksymalną wysokość pylonu głównego 3,5 m, natomiast składający uwagę wnosi podwyższenie dopuszczalnej wysokości do 7,0 m. Wysokość do 7,0 m w projekcie uchwały, ustalono dla pylonów cenowych. Pylon cenowy może być sytuowany przed firmami, których ceny są bardzo ważnym elementem porównawczym dla klienta w kontekście dokonania wyboru dotyczącego kupna tego samego produktu od różnych przedsiębiorców. Oczywiście dotyczy to wszystkich przedsiębiorców, nie tylko w przywołanych w ustaleniach, przykładowych „stacji benzynowych”.

W założeniach do uchwały jednym z postulatów oprócz wielkości i ilości było ograniczenie wysokości reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę dotyczącą podniesienia wysokości pylonu głównego za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej. Natomiast w celu uniknięcia nieporozumień w kwestii nierównego traktowania innych przedsiębiorców, proponuje się usunąć przywołane w projekcie uchwały przykładowe „stacje benzynowe”. Korekta ta nie zmienia znaczenia definicji pylonu cenowego, a urządzenie to będzie nadal służyć różnym przedsiębiorcom, według zasad ustalonych w projekcie uchwały.

Ad 5 d) Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 35 projektu uchwały ustalono definicję totemu, którego forma masztu zwieńczonego logotypem, nie może przekraczać 3,5 m wysokości. W uwadze zawarto propozycję podwyższenia masztu do 15,0 m i zwieńczenie logotypem o szerokości 1/3 wysokości, czyli do 5,0 m.

Proponowane w projekcie uchwały krajobrazowej regulacje, dotyczące wysokości masztu i szerokości zwieńczenia totemu, są adekwatne do kameralności miasta i do średniej wysokości budynków w mieście. Proponowana w uwadze wysokość byłaby wysokością dominującą w krajobrazie miasta.

W założeniach do uchwały jednym z postulatów oprócz wielkości i ilości było ograniczenie wysokości i dominacji reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej.

Ad 5 e), 5 f). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 4 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały ustalono zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej, a w § 5 pkt 1 w kontekście ochrony krajobrazu. Ponadto ustalenia szczegółowe dotyczące dopuszczenia reklam wolnostojących w obszarze A strefy Śródmieścia – promocji reklam, zostały uregulowane w § 10 ust. 1 pkt 3. Zaproponowane przez składającego uwagi są sprzeczne z uzgodnieniami PWKZ i z przepisami odrębnymi, w tym ustawy o drogach publicznych i ochronie zabytków. Uwaga w zakresie potrzeby zdefiniowania pojęcia „panorama miasta” jest bezzasadna, ponieważ jest to pojęcie

powszechnie używane, zrozumiałe, o którym piszą w każdym podręczniku dotyczącym kształtowania krajobrazu lub przewodniku turystycznym.

Ad 5 g), 5 h). Uwag nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 5 pkt 2 lit. a) i b) projektu uchwały ustalono redukcję barier przestrzennych poprzez sytuowanie obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń, w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi oraz w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni. Propozycja usunięcia tego ustalenia jest bezzasadna, bo nie są to nieprecyzyjne i niemożliwe do wprowadzenia ustalenia. Ustalenia należy czytać wprost, czyli słowo „niekolidowania” rozumieć jako nieprzeszkadzania prawidłowemu funkcjonowaniu ciągów komunikacyjnych, tak aby nie stwarzać zagrożenia dla pieszych i jadących pojazdami. Przykładem może być reklama usytuowana na środku chodnika lub ustawiona w poprzek chodnika mała architektura w formie nie pozwalająca na bezpieczne ominięcie przeszkody. Natomiast „sytuowanie obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni” jest pojęciem dotyczącym nie tylko bezkolizyjności, ale również estetyki, czyli ustawiania w przestrzeni publicznej akcentów odpowiadających ich urbanistycznym założeniom, czyli na środku placu, w miejscu zmiany kierunku ciągu pieszego, na zakończeniu osi widokowej, itd.

Ad 5 i). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 7 ust. 1 pkt 2 projektu uchwały, na który powołuje się składający uwagę, dla szyldów ustalono nakazy, dotyczące ogólnych zasad sytuowania szyldów, z przestrzeganiem zasad ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków, według ustaleń zawartych w § 4 ust. 1 pkt 2, zgodnie z architekturą budynku i nakazem ukrycia elementów konstrukcyjnych oraz stosowania przy doświetleniu lub podświetleniu szyldów oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej. Natomiast uwaga obejmuje zapisy, których treść bardziej odnosi się do § 7 ust. 2 pkt 1 i 2, w którym ustala się ilość szyldów na jeden podmiot prowadzący działalność łącznie oraz zasady ich sytuowania na budynek i lokal. Uwaga nie ma oczywistego uzasadnienia, jest niezrozumiała w kwestii czyt.: „przywrócenia równowagi w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej”.

Ad 5 j). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 1 lit. b):

- w tiret pierwsze, ustalenia dotyczą wysokości stanowiącej nie więcej niż $\frac{1}{6}$ odległości dolnej krawędzi logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, od poziomu terenu ,
- w tiret drugie dotyczą szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej do **0,8 m** wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,

obejmują kluczowe ustalenia dotyczące zasad sytuowania szyldów. Ustalenia te były konsultowane i uzgadniane z instytucjami w trybie sporządzania uchwały. Proponowane w uwadze zmiany wysokości: na nie więcej niż $\frac{1}{5}$ odległości dolnej krawędzi szyldu od terenu położonego pod nim oraz na **0,9 m** wysokości szyldu dla elewacji o wysokości do 6,0 m, są próbą zburzenia procedowanego projektu uchwały. Nie przedstawiono żadnego uzasadnienia bądź analizy korzyści dla krajobrazu w wyniku wprowadzenia takiej zmiany.

Ad 5 k). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 2 lit. a tiret trzecie ustalono zasady sytuowania szyldu przyległego między innymi na falbanach. Składający uwagę wnosi o usunięcie falbany i wpisanie w to miejsce parasola. W zamiarze tej regulacji było dopuszczenie szyldu jedynie na falbanie parasola, a nie na całym parasolu. Tak więc składający uwagę wnosi o rezygnację ujednoliconego koloru parasoli, które mogłyby być pokryte szyldem w całości. Trudno zaakceptować ogródki gastronomiczne z kilkoma lub kilkunastoma parasolami, które będą pokryte w całości szyldem. Nie przedstawiono uzasadnienia do wprowadzenia tej zmiany, wobec tego należy ją potraktować jako niezgodną z założeniami procedowanej uchwały.

Ad 5 l). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 2 lit. b tiret trzecie ustalono między innymi następujące formy szyldów przyległych: logotyp, litera przestrzenna lub malowana, neon, o maksymalnej wysokości szyldu stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi. Składający uwagę wnosi o zmianę maksymalnej wysokości szyldów stanowiącej na nie więcej niż $1/5$ odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi, czyli zwiększenia wysokości szyldu. Nie przedstawiono uzasadnienia do tej uwagi, ani korzyści dla krajobrazu, wynikających z podwyższenia wysokości szyldu, wobec tego należy ją potraktować jako niezgodną z założeniami procedowanej uchwały.

Ad 5 m). Uwagę uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 11 ust. 1 pkt 1 ustalono zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, w obszarze całego miasta. Dla ucytelnienia tych ustaleń proponuje się uwzględnić uwagę, która polega na zmianie szyku zdania, czyli na korekcie edytorskiej, w celu lepszego zrozumienia regulacji, bez zmiany jej znaczenia, nadając mu następujące brzmienie:

*„1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej, oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety brązów, beży, zieleni i szarości; **ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy obiektów sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowni zewnętrznych;**”*

Ad 5 n). Uwagi nie/ uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 12 ust. 1 ustala się rodzaje ogrodzeń, ich wysokość i formę oraz zasady sytuowania. Składający uwagę wnosi o wprowadzenie dodatkowego ogrodzenia ogródków gastronomicznych, trwale związanego z gruntem, w formie ażurowej lub przeziernej, o wysokości nie większej niż 2,0 m. Ta uwaga jest niezgodna z założeniami procedowanej uchwały. Dzielenie przestrzeni publicznej wysokimi ogrodzeniami trwale połączonymi z gruntem to propozycja degradująca przestrzeń publiczną. Nie przedstawiono uzasadnienia tej uwagi ani korzyści dla krajobrazu wynikających z takiego ustalenia.

Przewodniczący Rady

Łukasz Kamiński