

**UCHWAŁA NR
RADY MIASTA PIŁY****z dnia****w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury,
tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów,
standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych
z jakich mogą być wykonane**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2019 r. poz. 506, zmiana: Dz. U. z 2019 r. poz. 1309, poz. 1571, poz. 1696, poz. 1815), art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020 r. poz. 293) Rada Miasta Piły uchwala, co następuje:

Rozdział 1**Przepisy ogólne**

§1.1. Uchwala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

2. Niniejsza uchwała dotyczy całego obszaru miasta Piły, z wyłączeniem terenów zamkniętych, ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

§2.1. Uchwala obejmuje ustalenia zawarte w treści uchwały oraz na załączniku graficznym w skali 1:20000 – "Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe, oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane", stanowiącym załącznik nr 1 do uchwały.

2. Integralną częścią niniejszej uchwały jest rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych uwag przez Prezydenta Miasta Piły wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie 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, stanowiące załącznik nr 2 do uchwały.

§3.1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:

- 1) **impresach kulturalno-rozrywkowych** – należy przez to rozumieć imprezy masowe oraz inne przedsięwzięcia, w szczególności imprezy kulturalne, sportowe, rozrywkowe, uroczystości, akcje o charakterze informacyjnym lub charytatywnym;
- 2) **ogrodzeniu prefabrykowanym** – należy przez to rozumieć ogrodzenie wykonane w całości z przęseł betonowych, o niskich walorach architektonicznych;
- 3) **ogrodzeniu pełnym** – należy przez to rozumieć mur pełny lub takie ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi mniej niż 20% na całej długości ogrodzenia (za wyjątkiem murów oporowych);
- 4) **kolorach jaskrawych** – należy przez to rozumieć kolory oślepiające, fluorescencyjne, fosforyzujące, które w sposób rażący wyróżniają się z otaczającej przestrzeni;
- 5) **muralu** – należy przez to rozumieć wielkogabarytową grafikę naniesioną bezpośrednio na ścianę budynku nie zawierającą przekazu reklamowego;
- 6) **neonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci lampy wykonanej ze szklanej lub plastikowej rury, tworzące napis o treści reklamowej lub kompozycję plastyczną zawierającą wkomponowany przekaz reklamowy;
- 7) **wysięgniku** – należy przez to rozumieć urządzenie służące do zamontowania szyldu prostopadle do ścian elewacji budynku;
- 8) **elewacji** – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku;
- 9) **kasetonie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, posiadającą wewnętrzne źródło światła;
- 10) **literach przestrzennych, logo przestrzennym, logotypie przestrzennym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy, napisu lub grafiki;
- 11) **słupie ogłoszeniowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca lub w formie o przekroju poziomym innym niż koło, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń reklamowych i informacji o wydarzeniach kulturalnych, społecznych, gospodarczych, imprezach, itp.;
- 12) **billboardzie** – należy przez to rozumieć urządzenie o wymiarach 2,30÷2,40 m x 5,0÷5,10 m do eksponowania reklamy;
- 13) **pylonie reklamowym** – należy przez to rozumieć wolno stojący, trwale połączony z gruntem zbiorczy nośnik, umożliwiający zamieszczenie kilku szyldów;

- 14) **telebimie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe przeznaczone do ekspozycji informacji o zmiennej treści, w szczególności TFT, LCD lub przy użyciu techniki bezpośredniej emisji światła (np. ekran LED);
- 15) **totemie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, pionowe, wolno stojące na słupie lub pionowej konstrukcji, na którym w górnej części, powyżej 2/3 całkowitej wysokości, usytuowana jest treść reklamowa lub informacyjna;
- 16) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć formę tablicy reklamowej wykonanej z materiału miękkiego rozpiętego na krawędziach np. tekstylia, folia;
- 17) **reklamie remontowo-budowlanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową umieszczoną na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, podczas trwania prac remontowo-budowlanych, w tym z wykorzystaniem baneru reklamowego;
- 18) **ogródku gastronomicznym** – należy przez to rozumieć wyznaczone miejsca dopuszczone do użytkowania dla celów gastronomicznych;
- 19) **parterze budynku** – należy przez to rozumieć kondygnację budynku wyznaczoną przez element oddzielający pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występująca w postaci np.: gzymsu lub uskoku, a w przypadku, gdy taki element nie występuje – poziomemu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku.

2. Pozostałe określenia użyte w uchwale, wg przepisów odrębnych.

3. Nazwy własne (m. in.: ulic, placów i obiektów), obowiązujące studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Piły, obowiązujące miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, wymienione w tekście uchwały i na załączniku graficznym, należy rozumieć odpowiednio jako nazwy istniejące oraz uchwały obowiązujące w dniu uchwalenia niniejszej uchwały.

4. W rozumieniu uchwały, następujące informacje nie są uznawane za tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

- 1) informacje o właścicielu lub operatorze tablicy, urządzenia reklamowego lub innego urządzenia, takiego jak w szczególności: bankomat, automat do sprzedaży napojów lub przekąsek, itp., o powierzchni nieprzekraczającej 0,07 m² (700 cm²);
- 2) tablice o wymiarach nieprzekraczających wielkości formatu B1 0,707 m x 1,0 m informujące o świadczonych usługach na terenie nieruchomości, na której zlokalizowana jest stacja paliw (typu: odkurzacz, kompresor, myjnia, itp.) oraz o wjeździe lub wyjeździe na teren, zawierająca maksymalnie: logo, wizerunek strzałki, napis "wjazd" lub "wyjazd";

- 3) informacje o projektach realizowanych z zewnętrznym dofinansowaniem oraz informacje o treści edukacyjnej;
- 4) informacje o godzinach otwarcia lokalu, o powierzchni nie większej niż 0,15 m² (1500 cm²);
- 5) murale, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 5.

§4. W celu określenia 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, teren miasta Piły podzielono na 6 wyodrębnionych stref o zróżnicowanych ustaleniach uchwały, oznaczonych na załączniku graficznym, o którym mowa w §2 ust. 1:

- 1) **centrum** – obszar oznaczony na załączniku nr 1 do uchwały, ograniczony: od południa – ulicą Zygmunta Starego od ronda Unii Europejskiej do ronda Żołnierzy Wyklętych, od południowego-zachodu – ul. Okrzei i ul. Dzieci Polskich, od północy aleją Wojska Polskiego i aleją Jana Pawła II, od północnego wschodu do Bulwarów Chatellerault, wzdłuż bulwarów do ul. 11-go Listopada, wzdłuż terenów zamkniętych, dalej ul. Konopnickiej do ronda Unii Europejskiej;
- 2) **śródmieście** – obszary oznaczone na załączniku nr 1 do uchwały, ograniczone: od południa i południowego-zachodu – ulicą Pomorską, dalej ul. Ceglana do Pl. 8 Maja, dalej ul. Konarskiego do ul. Prymasa Stefana Wyszyńskiego do ronda PCK, od północy – aleją Wojska Polskiego do ul. Dzieci Polskich, wzdłuż ul. Dzieci Polskich i ul. Popiełuszki do rzeki Gwdy, dalej wzdłuż brzegu rzeki Gwdy do alei Jana Pawła II; Granicą strefy śródmieście od wschodu do ul. Pomorskiej jest określony w obszar strefy "centrum".
Po wschodniej stronie rzeki Gwdy – od południowego zachodu Bulwarami Chatellerault do ul. 11-go Listopada, dalej wschodnią granicą parku nr 7 określonego w §4 pkt 5 lit. a, przecina aleją Jana Pawła II do rzeki Gwdy, dalej brzegiem rzeki aż do południowo-wschodniej granicy parku nr 4 określonego w §4 pkt 5 lit. a, ul. Dąbrowskiego i za istniejącą zabudową wielorodzinną do ul. 500 Lecia Piły, ul. Głuchowską do ronda 10 kwietnia 2010 roku, ul. Kusocińskiego do ronda Władysława Bartoszewskiego, ul. Okólną dalej ul. Zygmunta Starego do rzeki Gwdy.
Obszar strefy "śródmieście" nie obejmuje terenów, oznaczonych na załączniku nr 1 do uchwały, nr 3, 4, 7, 10, 11 i 12 – strefy "centra handlowe i sportowe";
- 3) **tereny zainwestowane/lotnisko** – obszary oznaczone na załączniku nr 1 do uchwały, ograniczone granicą administracyjną miasta i granicami:
 - a) wyznaczonych obszarów, o których mowa w §4 pkt 1, 2, 4, 5 i 6,
 - b) granicami terenów zamkniętych, oznaczonych na załączniku nr 1 do uchwały;

- 4) **centra handlowe i sportowe** – obszary oznaczone na załączniku nr 1 do uchwały, oraz numerami od 1 do 17, o funkcjach usługowych, głównie handlowych, sportu i rekreacji, wyznaczone, wg:
- granic określonych w obowiązującym studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Piły i w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, oznaczone nr od 1 do 13, 16 i 17,
 - granicy określonej w obowiązującym studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Piły, oznaczony nr 14,
 - granicy w obowiązującym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, oznaczony nr 15;
- 5) **tereny zieleni/parki** – obszary oznaczone na załączniku nr 1 do uchwały, oraz numerami od 1 do 8, ograniczone:
- granicami określonymi w obowiązującym studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Piły, oznaczonymi numerami od 1 do 7,
 - granicy wyznaczoną w obowiązującym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, oznaczony nr 8,
 - granicami wyznaczonych obszarów, o których mowa w §4 pkt 1, 2, 3, 4 i 6,
 - granicami terenu zamkniętego (szkoła policji) w rejonie ul. Konopnickiej, oznaczonego na załączniku nr 1 do uchwały;
- 6) **obszary ulic wlotowych i wylotowych do/z miasta** – tereny dróg wraz z pasami terenów położonych wzdłuż dróg o szerokości 30,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, po obu stronach, oznaczone na załączniku graficznym nr 1 do uchwały, obejmujące:
- drogi krajowe :
 - K10 Szczecin – Bydgoszcz (przebieg obwodnicy zewnętrznej miasta),
 - K11 Poznań – Koszalin (przebieg obwodnicy zewnętrznej miasta wraz z ul. Przemysławą oraz odcinek drogi wzdłuż alei Niepodległości – ul. Wodnej – alei Piastów – alei Poznańskiej),
 - drogi wojewódzkie:
 - nr 179 Gorzów Wlkp. – Piła (aleja Wojska Polskiego i aleja Jana Pawła II),
 - nr 180 Trzcianka – Piła (ul. Henryka Siemiradzkiego),
 - nr 188 Człuchów – Piła (aleja Powstańców Wielkopolskich i aleja Jana Pawła II),
 - drogi powiatowe:
 - nr 1161P ul. Młodych,
 - nr 1177P ul. Kossaka,
 - nr 1211P ul. Zygmunta Starego,
 - nr 1218P ul. Okrzei,

- nr 1221P ul. Mickiewicza,
- nr 1228P ul. Okólna,
- nr 1229P ul. Wawelska,
- nr 1231P ul. Podchorążych;

d) drogi gminne:

- nr 128218P ul. Bydgoska,
- nr 128035P aleja Wyzwolenia,
- nr 128036P ul. Fritsa Philipsa,
- nr 128064P ul. Koszalińska,
- nr 128065P ul. 500 Lecia Piły,
- nr 128119P ul. Głuchowska,
- nr 128130P ul. Kusocińskiego,
- nr 128196P ul. Podgórna,
- nr 128227P ul. Zygmunta Starego.

§5. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:

- 1) dla stref "**centrum**" i "**śródmieście**", o których mowa w §4 pkt 1 i 2:
 - a) zakaz sytuowania obiektów małej architektury o kolorach jaskrawych, o których mowa §3 ust. 1 pkt 4, odbijających światło oraz wykorzystujących projekcję świetlną i elementy ruchome,
 - b) zakaz sytuowania nowych obiektów małej architektury wyższych niż 4,0 m,
 - c) dopuszcza się iluminację (ozdobne podświetlenie) obiektów małej architektury,
 - d) dopuszcza się znaki reklamowe na meblach zewnętrznych ogródków gastronomicznych o których mowa w §3 ust. 1 pkt 18;
- 2) dla strefy "**centrum**", o której mowa w §4 pkt 1, obiekty małej architektury powinny być wykonane z materiałów wysokiej jakości (np. granit, beton architektoniczny, marmur, szkło, cegła, drewno, stal, sznur) oraz jednorodnie kolorystycznie i materiałowo dla jednej przestrzeni dostępnej publicznie, rozumianej jako: plac, skwer, rynek, ulica, dziedziniec;
- 3) zakaz przesłaniania obiektów historycznych objętych ochroną konserwatorską, tablic pamiątkowych, miejsc pamięci, znaków i sygnałów drogowych.

§6. Ustala się następujące zasady i warunki odnoszące się do sytuowania ogrodzeń:

- 1) zakaz sytuowania ogrodzeń:
 - a) dla stref "**centrum**" i "**śródmieście**", o których mowa w §4 pkt 1 i 2, wyższych niż 1,8 m od strony dróg publicznych i przestrzeni publicznych, z zastrzeżeniem pkt. 2 i 3,

- b) dla pozostałych stref "**tereny zainwestowane/lotnisko**", "**centra handlowe i sportowe**", "**tereny zieleni/parki**", o których mowa w §4 pkt 3, 4 i 5, wyższych niż 2,2 m, z zastrzeżeniem §6 pkt 2 i 8;
- 2) dopuszczenie sytuowania ogrodzeń o szczególnej formie i wymiarach, związanych funkcjonalnie z obiektami sportowymi, przy których są usytuowane, w szczególności w formie tzw. piłkołapów i piłkochwyłów zlokalizowanych bezpośrednio przy boiskach i kortach tenisowych;
 - 3) zakaz sytuowania ogrodzeń prefabrykowanych, z zastrzeżeniem pkt. 4;
 - 4) dopuszczenie sytuowania ogrodzeń prefabrykowanych i pełnych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 2 i 3, na nieruchomościach, w których prowadzona jest działalność produkcyjna;
 - 5) zakaz sytuowania ogrodzeń dla nieruchomości o przeważającej lub wyłącznej funkcji terenów mieszkaniowych wielorodzinnych, z zastrzeżeniem pkt. 6;
 - 6) dopuszczenie ogrodzeń z zieleni formowanej w formie żywopłotów;
 - 7) dopuszczenie sytuowania ogrodzeń tzw. "ogródków", do których prawo własności mają właściciele lokali mieszczących się na parterze budynków mieszkalnych wielorodzinnych lub w części wspólnej nieruchomości przeznaczonej do wyłącznego korzystania przez właścicieli lokali położonych na parterze budynków mieszkalnych wielorodzinnych;
 - 8) zakaz stosowania kolorów jaskrawych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 4;
 - 9) dopuszczenie sytuowania ogrodzeń na czas trwania budowy;
 - 10) dopuszczenie sytuowania ogrodzeń wokół placów zabaw, zieleńców, ogrodów jordanowskich, wybiegów dla psów, ogródków letnich lub całorocznych związanych z usługami gastronomicznymi;
 - 11) dopuszcza się znaki firmowe na ogrodzeniu ogródków gastronomicznych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 18.

§7. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność gospodarczą:

- 1) dla stref "**centrum**" i "**śródmieście**", o których mowa w §4 pkt 1 i 2:
 - a) dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru budynku, wyznaczonego przez element oddzielający pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci np.: gzymsu lub uskoku, a w przypadku, gdy taki element nie występuje – poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku, z wyjątkiem szyldów budynków użyteczności publicznej oraz szyldów w postaci neonów o których mowa w §3 ust. 1 pkt 6 oraz kasetonów reklamowych, liter przestrzennych, logo przestrzennego, logotypu

- przestrzennego, o których mowa w §3 ust.1 pkt 9 i 10, sytuowanych nad ostatnią kondygnacją budynku,
- b) dla każdej działalności gospodarczej prowadzonej w parterze budynku frontowego (usytuowanego od strony pasa drogowego) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch szyldów: jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku, o powierzchni szyldu do 2,0 m² lub wyklejanego na szybach witryn o powierzchni szyldu do 2,0 m², oraz jednego szyldu prostopadłego do lica budynku w formie wysięgnika o powierzchni do 1,0 m²,
 - c) dla działalności gospodarczych prowadzonych poza parterem budynku frontowego, o którym mowa wyżej w pkt. 1 lit. b, dopuszcza się wyłącznie szyld umieszczony na elewacji frontowej (w parterze) przy wejściu do budynku lub w przejściu bramowym; zestaw szyldów różnych podmiotów musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, w pionach tworzących zwarty układ równych tablic, o powierzchni jednej tablicy do 0,5 m²,
 - d) dopuszcza się sytuowanie szyldów o powierzchni do 0,5 m² na ogrodzeniu, w przypadku prowadzonej jednej działalności gospodarczej w budynku lub prowadzonej działalności na terenie; w przypadku wielu działalności gospodarczych – dopuszcza się wyłącznie instalowanie zbiorczych szyldów na wolno stojących pylonach, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 13, o maksymalnej wysokości 2,5 m i maksymalnej szerokości 1,2 m;
- 2) dla strefy "**tereny zainwestowane/lotnisko**", o której mowa w §4 pkt 3:
- a) w przypadku prowadzonej działalności gospodarczej lub wydzielonego lokalu usługowego w budynku mieszkalnym wielorodzinnym, dopuszcza się umieszczanie szyldów wyłącznie w parterze budynku,
 - b) w przypadku wielu podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w jednym budynku (więcej niż 2), dopuszcza się wyłącznie instalowanie zbiorczych szyldów na wolno stojących pylonach reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 13, o maksymalnej wysokości 8,5 m i maksymalnej szerokości 2,5 m lub na elewacji budynku;
- 3) na obszarze objętym uchwałą, ustala się zakaz instalowania szyldów na zaparkowanych pojazdach lub przyczepach, oraz urządzeniach dmuchanych jeżeli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy, za wyjątkiem szyldów zawierających informację dotyczących imprez kulturalno-rozrywkowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 1, na czas ich trwania.

§8.1 Ustala się następujące zasady i warunki odnoszące się do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem oraz ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

- 1) dla strefy "**centrum**", o której mowa w §4 pkt 1:

- a) z zastrzeżeniem w §8 ust. 1 pkt 1 lit. b zabrania się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem,
- b) dopuszcza się instalowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- na przystankach autobusowych,
 - na słupach ogłoszeniowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 11,
 - tablic reklamowych i urządzeń reklamowych związanych z funkcjonowaniem komunikacji miejskiej;
- 2) dla strefy "**śródmieście**", o której mowa w §4 pkt 2:
- a) z zastrzeżeniem w §8 ust. 1 pkt 2 lit. b, zabrania się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- powyżej parteru budynku, o którym mowa w §3 ust.1 pkt 19,
 - na terenach i budynkach użyteczności publicznej, o których mowa w przepisach odrębnych,
 - na budynkach mieszkalnych wielorodzinnych na elewacjach, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 8, z oknami mieszkań,
 - na budynkach mieszkalnych wielorodzinnych na powierzchni powyżej 20% parteru elewacji, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 8, bez okien mieszkań, przy wyłącznym zastosowaniu billboardów, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 12,
 - na obiektach objętych ochroną konserwatorską,
 - na zaparkowanych pojazdach lub przyczepach oraz jakichkolwiek urządzeniach wolno stojących, w tym w formie dmuchanej, jeżeli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy za wyjątkiem imprez kulturalno – rozrywkowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 1, na czas ich trwania,
 - o powierzchni powyżej 12,0 m²,
 - na ogrodzeniach, balustradach, balkonach, loggiach, mostkach, kładkach, słupach i obiektach infrastruktury technicznej,
 - totemów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 15, wyższych niż 35,0 m,
 - telebimów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 14,
- b) dopuszcza się instalowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- na przystankach autobusowych,
 - na słupach ogłoszeniowych, o których mowa w §3 ust.1 pkt 11,
 - tablic reklamowych i urządzeń reklamowych związanych z funkcjonowaniem komunikacji miejskiej,
 - neonów, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 6,
 - kasetonów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 9,

- liter przestrzennych, logo przestrzennego, logotypu przestrzennego, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 10,
 - reklam na budynkach 1-kondygnacyjnych, zainstalowanych na wysokości od 4,0 do 6,0 m,
 - w witrynach do 20% powierzchni okien usytuowanych na parterze budynku;
- 3) dla strefy "**tereny zainwestowane/lotnisko**", o której mowa w §4 pkt 3:
- a) z zastrzeżeniem w §8 ust. 1 pkt 3 lit. b, zabrania się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- na budynkach mieszkalnych wielorodzinnych na elewacjach, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 8, z oknami mieszkań,
 - na budynkach mieszkalnych wielorodzinnych na powierzchni powyżej 20% elewacji, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 8, bez okien mieszkań, przy wyłącznym zastosowaniu billboardów, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 12,
 - na terenach i budynkach użyteczności publicznej, o których mowa w przepisach odrębnych,
 - na obiektach objętych ochroną konserwatorską,
 - na zaparkowanych pojazdach lub przyczepach oraz jakichkolwiek urządzeniach wolno stojących, w tym w formie dmuchanej, jeżeli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy za wyjątkiem imprez kulturalno-rozrywkowych, o których mowa w §3 pkt ust. 1 pkt 1, na czas ich trwania,
 - o powierzchni powyżej 12,0 m²,
 - na ogrodzeniach, balustradach, balkonach, loggiach, mostkach, kładkach, słupach i obiektach infrastruktury technicznej,
 - totemów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 15, wyższych niż 35,0 m,
 - telebimów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 14,
 - o powierzchni przekraczającej 20% powierzchni każdej ściany budynku usługowego lub produkcyjnego;
- b) dopuszcza się instalowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- na przystankach autobusowych,
 - na słupach ogłoszeniowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 11,
 - tablic reklamowych i urządzeń reklamowych związanych z funkcjonowaniem komunikacji miejskiej,
 - neonów, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 6, z zastrzeżeniem pkt 4,
 - kasetonów reklamowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 9,
 - liter przestrzennych, logo przestrzennego, logotypu przestrzennego, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 10,
 - w witrynach do 20% powierzchni okna;

- 4) dla strefy "**centra handlowe i sportowe**", o której mowa w §4 pkt 4, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
- a) na terenie centrum handlowego – zawierające informacje wyłącznie dotyczące prowadzonej działalności związanej z obiektem handlowym,
 - b) na terenie centrum sportowego – wyłącznie na czas trwania imprez, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 1;
- 5) dla strefy "**tereny zieleni/parki**", o której mowa w §4 pkt 5:
- a) z zastrzeżeniem w §8 ust. 1 pkt 5 lit. b, zabrania się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem,
 - b) dopuszcza się instalowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
 - wyłącznie dla terenów parków, oznaczonych na załączniku nr 1 do uchwały numerami od 1 do 8, jeżeli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy imprez kulturalno-rozrywkowych na czas ich trwania lub zawierają informacje o tematyce edukacyjnej,
 - na przystankach autobusowych,
 - na słupach ogłoszeniowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 11,
 - tablic reklamowych i urządzeń reklamowych związanych z funkcjonowaniem komunikacji miejskiej;
- 6) dla strefy "**obszary ulic wlotowych i wylotowych do/z miasta**", o której mowa w §4 pkt 6:
- a) z zastrzeżeniem w §8 ust. 1 pkt 6 lit. b, zabrania się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem,
 - b) dopuszcza się instalowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem:
 - na przystankach autobusowych,
 - na słupach ogłoszeniowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 11,
 - tablic reklamowych i urządzeń reklamowych związanych z funkcjonowaniem komunikacji miejskiej,
 - pylonów cenowych stacji paliw na terenie stacji paliw.

2. Na obszarze objętym uchwałą dopuszcza się umieszczanie reklam remontowo-budowlanych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 17 na elewacjach, ogrodzeniach placów budowy, w czasie trwania robót budowlanych w okresie nieprzekraczającym 24 miesiące, z możliwością wykorzystania baneru reklamowego, o którym mowa w §3 ust. 1 pkt 16.

§9.1. Sytuowanie obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń musi spełniać wymogi określone w przepisach odrębnych.

2. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały obiekty małej architektury i ogrodzenia nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w stanowionej uchwale.

3. Warunkiem dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, jest spełnienie wymogów określonych stanowioną uchwałą.

4. Ustala się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej uchwały, z wyłączeniem ustaleń zawartych:

- 1) w §7 pkt 1 lit. a, b, c, w §8 ust. 1 pkt 2, 3 i 6, dla których ustala się termin 24 miesięcy, z zastrzeżeniem ustaleń §9 ust. 4 pkt 2 i 3;
- 2) w §8 ust. 1 pkt 2 lit. a tiret 2, 3, 4 i 7, dla których ustala się termin 48 miesięcy, dla wskazanych wyłączeń w ustalonym okresie nie ma zastosowania §8 ust. 1 pkt 2 lit. a tiret 1;
- 3) §8 ust. 1 pkt 3 lit. a tiret 1, 2, 3 i 6, dla których ustala się termin 48 miesięcy.

§10. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Piły.

§11. Uchwała wchodzi w życie po upływie 3 miesięcy od daty ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Wielkopolskiego.

układ sekcji

1

2
MIASTO PILA

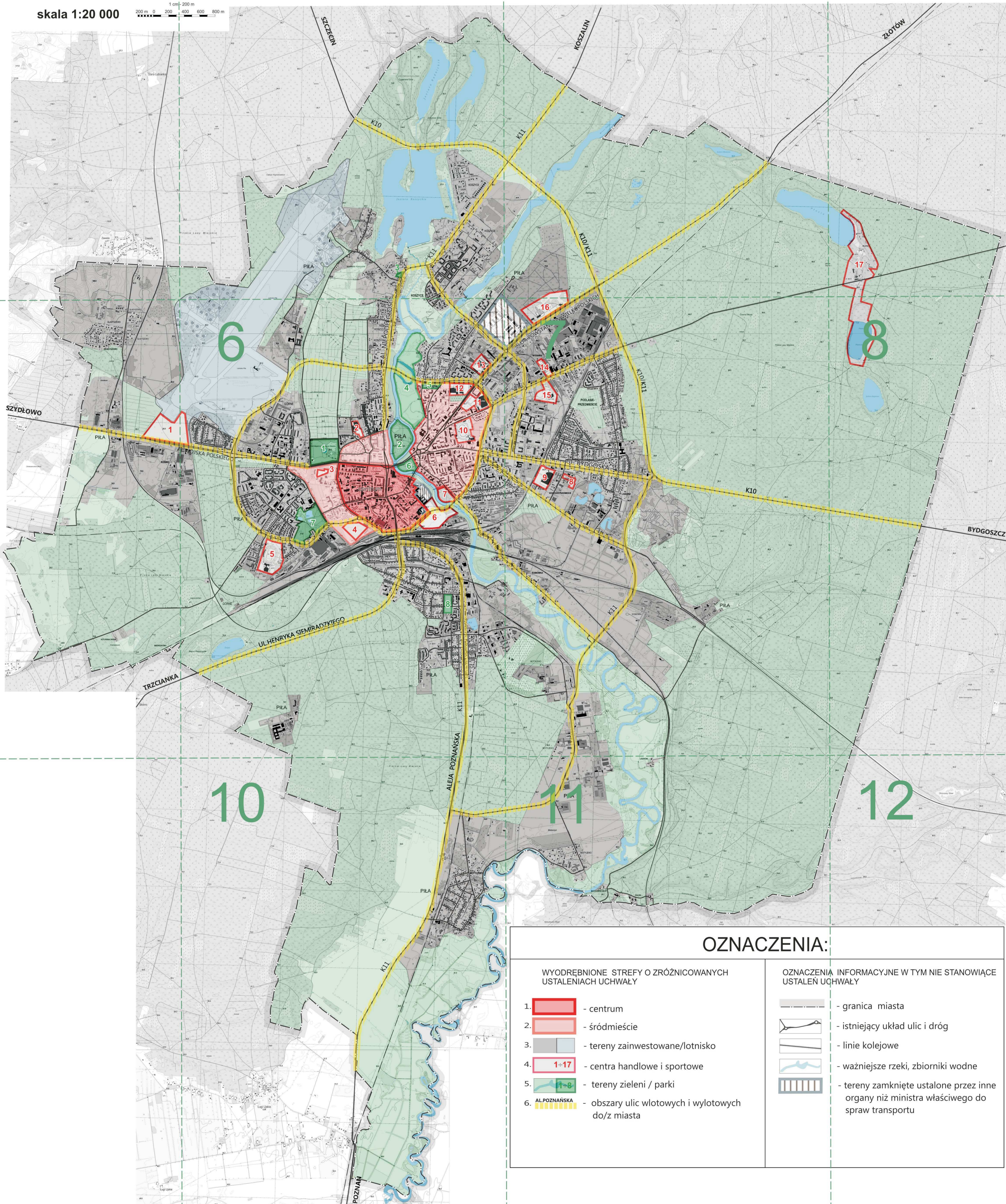
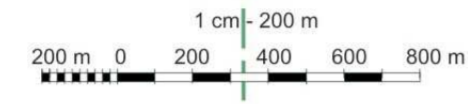
3

4

ZAŁĄCZNIK NR 1 DO UCHWAŁY
NR
RADY MIASTA PILEY
Z DNIA

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTY, STANDARDY JAKOŚCIOWE ORAZ RODZAJE MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE

skala 1:20 000



5

9

OZNACZENIA:

WYODREBNIONE STREFY O ZRÓŻNICOWANYCH
USTALENIACH UCHWAŁY

- 1 - centrum
- 2 - śródmieście
- 3 - tereny zainwestowane/lotnisko
- 4 - centra handlowe i sportowe
- 5 - tereny zieleni / parki
- 6 - obszary ulic wlotowych i wylotowych do/z miasta

OZNACZENIA INFORMACYJNE W TYM NIE STANOWIĄCE
USTALEŃ UCHWAŁY

- granica miasta
- istniejący układ ulic i dróg
- linie kolejowe
- ważniejsze rzeki, zbiorniki wodne
- tereny zamknięte ustalone przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu

ZAŁĄCZNIK NR 2
DO UCHWAŁY
NR
RADY MIASTA PIŁY
Z DNIA

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych uwag wniesionych do projektu uchwały w sprawie 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

Lista nieuwzględnionych uwag

Podstawa prawna: art. 37b ust 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020 r. poz. 293).

Lp.	Data wniesienia uwag	Treść uwag (oryginalne brzmienie):	Rozstrzygnięcie Prezydenta Miasta Piły
1.	10.09.2019 r.* ¹	Wniesiona uwaga dotyczy następujących ustaleń uchwały: 1) dopuszczenia w określonych strefach billboardów w formie konstrukcji wolnostojących;	Nieuwzględniona dla stref: „centrum”, „śródmieście” i „tereny zieleni/parki”
		2) §1 ust. 1 pkt 9 (...– rozszerzenia dopuszczalnego w uchwale billboardu do rozmiarów urządzenia 3m x 6m; (powinno być §3 ust. 1 pkt 9)	Nieuwzględniona
		3) §4 pkt 6 – zmniejszenia w definicji obszarów „ulic wlotowych i wylotowych do/z miasta”, szerokości pasa terenów położonych wzdłuż dróg do 10 m, od zewnętrznej krawędzi jezdni, po obu stronach;	Nieuwzględniona
		4) §8 pkt 5 (– uwzględnienia zmiany dopuszczalnych rozmiarów billboardów, o których mowa w pkt 2, oraz zwiększenia do 30% powierzchni elewacji budynku, bez okien, dopuszczonych do instalowania tablic i urządzeń reklamowych; (powinno być §8 ust. 1 pkt 5)	Nieuwzględniona
		5) dopuszczenia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem, o powierzchni 12 m ² , do rozmiarów urządzeń 3m x 6m (billboardy); (dotyczy §3 ust.1 pkt 12)	Nieuwzględniona
		6) §9 pkt 3 (powinno być par. 9 ust.3) – wyłączenia z obowiązku dostosowania do wymogów niniejszej uchwały, urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowej uchwały, a powstałych zgodnie z przepisami prawa. (powinno być §9 ust. 3)	Nieuwzględniona

2.	16.09.2019 r.* ¹	Wniesiona uwaga dotyczy dopuszczenie pylonów reklamowych związanych ze sprzedażą w salonach samochodowych w odległości bliższej niż 30,0 m w obszarze strefy ulic wjazdowych i wyjazdowych z/do miasta. (dotyczy §4 pkt 9)	Nieuwzględniona
3.	06.11.2019 r.* ²	1) § 5 – wnosimy o uzupełnienie tego przepisu poprzez dodanie na końcu następującego przepisu: „nie ogranicza się możliwości sytuowania obiektów małej architektury w strefach innych niż wymienione wyżej”;	Nieuwzględniona
		2) § 7 pkt 3 – wnosimy o zmianę przepisu poprzez nadanie mu następującego brzmienia: „na obszarze objętym uchwałą, ustala się zakaz instalowania szyldów na zaparkowanych pojazdach i przyczepach, oraz urządzeniach dmuchanych jeżeli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy za wyjątkiem imprez kulturalno-rozrywkowych, o których mowa w §3 ust. 1 pkt 1, na czas ich trwania, oraz z wyjątkiem strefy „centra handlowe i sportowe”;	Nieuwzględniona
		3) § 7 – wnosimy o uzupełnienie tego przepisu poprzez dodanie na końcu następującego przepisu: „nie ogranicza się możliwości sytuowania szyldów, w tym ich gabarytów oraz liczby szyldów – w strefach innych niż wymienione wyżej”;	Nieuwzględniona
		4) § 8 ust. 1 pkt 7 – wnosimy o zmianę przepisu poprzez nadanie mu następującego brzmienia: „dla strefy „centra handlowe i sportowe”, o której mowa w §4 pkt. 4, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldem o powierzchni powyżej 12,0 m ² , z wykorzystaniem wszelkiego rodzaju nośników oraz wszelkich materiałów, przy czym nie ogranicza się powierzchni takich tablic i urządzeń oraz powierzchni elewacji zajętej przez ww. tablice i urządzenia”;	Nieuwzględniona
		5) § 8 ust. 1 pkt 13 – wnosimy o zmianę przepisu w taki sposób, żeby zakaz instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na balkonach, loggiach, mostkach i kładkach nie dotyczył strefy „centra handlowe i sportowe”;	Nieuwzględniona
4.	12.11.2019 r.* ²	Znaki reklamowe na terenie nieruchomości poza budynkiem: a) 1 x pylon reklamowy o wysokości od 5 m do 55 m, z dwustronnymi znakami o łącznej pow. rekl. 86,8 m ² - 96,8 m ² , składającymi się z: – 1 x dwustronny znak ‘M’ o łącznej powierzchni 38,8 m ² , – 1 x dwustronna tablica z napisem ‘McDonald’s’ o łącznej pow. 26,4 m ² , – 1 x dwustronna tablica z napisem ‘McCafé’s’ o łącznej pow. 21,6 m ² , – opcjonalnie: 1 x dwustronna tablica ze znakiem ‘24H’ (łączna powierzchnia 10 m ²), b) 3 x maszt flagowy o wysokości 10 m ² i dwustronna flaga każda o łącznej pow. rekl. 6 m ² (łącznie 18 m ²)	Nieuwzględniona
5.	03.12.2019 r.* ²	1) w związku z planowanymi zmianami dotyczącymi funkcjonowania tablic oraz urządzeń reklamowych na terenie Piły wnioskuję o dodatkowe konsultacje, przeprowadzone z właścicielami budynków oraz terenów, na których znajdują się obecnie wspomniane instalacje;	Nieuwzględniona
		2) pozostawienie istniejących, umieszczonych zgodnie z obowiązującym prawem, tablic reklamowych typu billboard;	Nieuwzględniona w zakresie reklam istniejących, sprzecznych

			z ustaleniami uchwały
		3) umożliwienie montażu nowych konstrukcji z wyłączeniem „centrum” oraz „śródmieście” oraz wzdłuż dróg krajowych oraz wojewódzkich (w pasach drogowych) – zgodnie z dokładnie wyznaczonymi zasadami;	Nieuwzględniona
		4) pozostawienie legalnie funkcjonujących reklam przy jednoczesnej likwidacji reklam nielegalnie postawionych, likwidacji reklam banerowych, niewymiarowych, zamontowanych niezgodnie ze sztuką, a dodatkowo wprowadzenie polityki oznakowania firm i przedsiębiorstw na ich siedzibach, pozwoli z jednej strony na skuteczne oczyszczenie przestrzeni publicznej z chaotycznej i niekontrolowanej pod względem estetyki, jakości wykonania i lokalizacji reklamy, a z drugiej strony na legalne, opodatkowanie reklamowanie się firm z terenu Piły jak i okolic; dodatkowo pozwoli firmom handlowym (sklepom) na konkutowanie z firmami mającymi swoje sklepy w galeriach handlowych, które są uprzywilejowane w proponowanej uchwale.	Nieuwzględniona w zakresie reklam istniejących, sprzecznych z ustaleniami uchwały
6.	03.12.2019 r.*2	1) §3.1. 10) billboardzie UWAGI: – urządzenie o wymiarach ekspozycji reklamy 230-240 cm x 500-510 cm oraz 290-310 cm x 590 x 610 cm; (powinno być §3 ust. 1 pkt 9, obecnie §3 ust. 1 pkt 12)	Nieuwzględniona w zakresie billboardu o wymiarach 290-310 cm x 590 x 610 cm
		2) §4.6 UWAGI: wskazane odległości są większe niż wynikające z ustawy (np. wyrok WSA w Łodzi 11 sierpnia 2017) W stosunku do przeprowadzonych dotychczas konsultacji do dróg krajowych i wojewódzkich dołączono drogi powiatowe oraz gminne; włączenie tych obszarów wyklucza tak naprawdę umiejscowienie reklam typu billboard nie tylko w centrum i śródmieściu, ale tak naprawdę na terenie całego miasta. Przeprowadzane konsultacje dotyczyły głównych dróg wjazdowych (krajowe i wojewódzkie) – wnioskuje o pozostawienie tych dróg w uchwale, a wykreślenie dróg powiatowych i gminnych (powinno być §4 pkt 6)	Nieuwzględniona
		3) §7.1 UWAGI – zapis nie uwzględnia istniejących instalacji, wykonanych zgodnie z obowiązującym prawem (np. ujętych w pozwoleniu na budowę) – zapis powinien obejmować również reklamy świetlne, zgodne z definicją z paragrafu 2 – wnioskuje o możliwość umiejscawianie reklam świetlnych (neon + reklama świetlna wg paragraf) na szczytach budynków oraz na ich dachach (powinno być §7 pkt 1 litera a)	Nieuwzględniona w zakresie istniejących instalacji w tym świetlnych sprzecznych z ustaleniami uchwały
		4) §7.1 b) UWAGI – podanie ilości powierzchni nie uwzględniają: a) wielkości budynku b) wielkości okien (w niektórych przypadkach 2 m kw to całe okno, a w innych – np. 5% powierzchni szklanej) (powinno być §7 pkt 1 litera b)	Nieuwzględniona
		5) §7.1 d)	Nieuwzględniona w zakresie wiel-

	<p>wątpliwości wzbudza zapis o odległości większej niż 5 metrów od ogrodzenia. Po pierwsze szyld o powierzchni 0,5 m² nie będzie czytelny z odległości np. 4,5 metra.</p> <p>Dodatkowo zapis o konieczności umieszczenia pylonów – co zrobić, jeżeli ogrodzenie jest na granicy działki, a ogrodzenie jest pełne (lub np. z roślin) – nie ma możliwości umieszczenia np. 2 szyldów na płocie, a pylon będzie niewidoczny.</p> <p>DODATKOWO: uchwała nie narzuca użycia materiałów (lub nie wyklucza niepożądanych), co doprowadzi do chaosu. Proponuję określenie materiałów których można użyć oraz zapis, że w przypadku kilku szyldów konieczne jest zastosowanie jednego rodzaju materiałów.</p> <p>(powinno być §7 pkt 1 litera d)</p>	kości i sytuowania pylonów
6)	<p>§8.1.1</p> <p>Żadne miasto nie zdecydowało się na tak drastyczny zapis. W strefie centrum nie ma możliwości zamieszczenia na budynku żadnej reklamy – ani w formie neonu, ani w formie reklamy świetlnej. Wnioskuje o dopuszczenie oznakowania firm także w centrum na zasadach jak w części śródmieście.</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 1)</p>	Nieuwzględniona w zakresie dla strefy „centrum”
7)	<p>§8.1.5</p> <p>Zgodnie z prowadzonymi konsultacjami proponuję zapis 30% powierzchni. Zapisy o ograniczeniu powierzchni tylko dla strefy śródmieście (wykreślenie „tereny zainwestowane/lotnisko”).</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 5)</p>	Nieuwzględniona
8)	<p>§8.1.6</p> <p>Zgodnie z prowadzonymi konsultacjami proponuję zapis 50% powierzchni (np. gabinety lekarskie). Zapisy o ograniczeniu powierzchni tylko dla strefy śródmieście (wykreślenie „tereny zainwestowane/lotnisko”).</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 6)</p>	Nieuwzględniona
9)	<p>§8.1.9</p> <p>Zgodnie z prowadzonymi konsultacjami wnioskuje o ograniczenie do dróg krajowych oraz wojewódzkich, oraz podanie odległości zgodnie z obowiązującymi ustawami.</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 9)</p>	Nieuwzględniona
10)	<p>§8.1.11</p> <p>Proponuję zmianę na 18 m kw</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 11)</p>	Nieuwzględniona
11)	<p>§8.1.12</p> <p>Zgodnie z prowadzonymi konsultacjami proponuję zapis 30% powierzchni.</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 12)</p>	Nieuwzględniona
12)	<p>§9.3</p> <p>Proponuję zapis zgodny z §9.2, z zastrzeżeniem że dotyczy to tablic i urządzeń reklamowych zainstalowanych zgodnie z obowiązującym (w chwili wejścia uchwały), prawem.</p> <p>(powinno być §9 ust. 3)</p>	Nieuwzględniona
13)	<p>§9.4</p> <p>Niezależnie od wprowadzonych zmian, zgodnie z prowadzonymi konsultacjami, wnioskuje o:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dla paragrafu 7 – 24 miesiące – dla punktów 1a, 1b, 1c, 1d, 21, 2b - dla paragrafu 8 – 48 miesięcy (z możliwością wydłużenia do 60 miesięcy) – dla punktów 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11 oraz 12 <p>(powinno być §9 ust 4 pkt 1 i 2)</p>	Nieuwzględniona dla §7 ust. 4 pkt 2a i 2b i dla §8

		<p>14) GŁÓWNA UWAGA – dotyczy tablic reklamowych (paragraf 8)</p> <p>Uchwała nie uwzględniła praw nabytych. Część miast uwzględniła te prawa. W Pile blisko 80% reklam jest zainstalowanych nielegalnie (dla pochodzą z UM w Pile z 2017 roku – na podstawie przeprowadzonej inwentaryzacji). Od tego czasu nie podjęto żadnych działań zmuszających właścicieli nielegalnych reklam do ich zalegalizowania i odprowadzania podatków oraz opłat) lub likwidacji. Dlatego wnioskuję o zastosowanie uchwały dla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nowych inwestycji - już istniejącej infrastruktury, która w dniu przyjęcia uchwały nie została zgłoszona (czyli funkcjonuje niezgodnie z prawem) – ze wskazaniem okresu demontażu. <p>Okres przejściowy dotyczyłby dostosowania funkcjonujących elementów infrastruktury (np. wielkość tablic, użyta technologia), ich oznakowania (paragraf 3.4.1) itp.</p> <p>(powinno być §9)</p>	Nieuwzględniona w zakresie szyldów i reklam istniejących sprzecznych z ustaleniami uchwały
7.	05.12.2019 r.*2	<p>1) § 4.6</p> <p>UWAGI: wskazane odległości są większe niż wynikające z ustawy (np. wyrok WSA w Łodzi 11 sierpnia 2017).</p> <p>W stosunku do przeprowadzonych dotychczas konsultacji do dróg krajowych i wojewódzkich dołączono drogi powiatowe oraz gminne. Włączenie tych obszarów wyklucza tak naprawdę umiejscowienie reklam typu billboard nie tylko w centrum i śródmieściu, ale tak naprawdę na terenie całego miasta. Przeprowadzone konsultacje dotyczyły głównych dróg wjazdowych (krajowe i wojewódzkie) – wnioskuję o pozostawienie tych dróg w uchwale, a wykreślenie dróg powiatowych i gminnych.</p> <p>(powinno być §4 pkt 6)</p>	Nieuwzględniona
		<p>2) § 8.1.9</p> <p>Zgodnie z prowadzonymi konsultacjami wnioskuję o ograniczenie do dróg krajowych oraz wojewódzkich, oraz podanie odległości zgodnie z obowiązującymi ustawami.</p> <p>(powinno być §8 ust 1 pkt 9)</p>	Nieuwzględniona
		<p>3) §8.1.11</p> <p>Proponuję zmianę na 18 kw, podobnie do projektu Ustawy Urzędu Miasta Poznań, który ukazał się do konsultacji w kwietniu br.</p> <p>(powinno być §8 ust. 1 pkt 11)</p>	Nieuwzględniona
		<p>4) §9.4</p> <p>Niezależnie od wprowadzonych zmian, zgodnie z prowadzonymi konsultacjami, wnioskuję o:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dla paragrafu 7 – 24 miesiące – dla punktów 1a, 1b, 1c, 21, 2b - dla paragrafu 8 – 48 miesięcy (z możliwością wydłużenia do 60 miesięcy) – dla punktów 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11 oraz 12 <p>(powinno być §9 ust. 4 pkt 1 i 2)</p>	Nieuwzględniona dla §7 ust.4 pkt 2a i 2b i dla §8
		<p>5) Stąd wnioskuję o zastosowanie uchwały dla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nowych inwestycji - już istniejącej infrastruktury, która w dniu przyjęcia uchwały nie została zgłoszona (czyli funkcjonuje niezgodnie z obowiązującym prawem) – ze wskazanym okresem demontażu. <p>Okres przejściowy dotyczyłby dostosowania funkcjonują-</p>	Nieuwzględniona w zakresie szyldów i reklam istniejących sprzecznych z ustaleniami uchwały

		cych elementów infrastruktury (np. wielkość tablic, użyta technologia), ich oznakowania (paragraf 3.4.1) itp.	
--	--	---	--

*¹Uwagi wniesione do dnia 19 września 2019 r. do projektu **uchwały w sprawie 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**, wyłożonego do wglądu publicznego od dnia 30.07.2019 r. do dnia 30.08.2019 r.
- rozstrzygnięcie Prezydenta Miasta Piły z dnia 2 października 2019 r.

*²Uwagi wniesione do dnia 5 grudnia 2019 r. do projektu **uchwały w sprawie 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**, ponownie wyłożonego do wglądu publicznego od dnia 17.10.2019 r. do dnia 20.11.2019 r.
- rozstrzygnięcie Prezydenta Miasta Piły z dnia 17 grudnia 2019 r.

Uzasadnienie
do uchwały Nr
z dnia

**w sprawie 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**

W dniu 26 stycznia 2016 r. Rada Miasta Piły na podstawie art. 37b ust.1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) podjęła uchwałę Nr XV/294/16 w sprawie przygotowania przez Prezydenta Miasta Piły projektu uchwały Rady Miasta Piły w sprawie 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.

Uchwała w sprawie 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 ma na celu uporządkowanie przestrzeni oraz zatrzymanie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego.

Uchwała zachowując możliwość estetycznej prezentacji działalności będzie przeciwdziałała zachowaniu nasilającemu się lokalizowaniu w przestrzeni publicznej miasta, w sposób praktycznie dowolny i bez ograniczeń co do wyglądu i ilości tablic i urządzeń reklamowych.

Jako główny cel przyjęto zachowanie równowagi w ekspozycji m.in. reklam i skoncentrowaniu się na istotnych elementach przestrzennych, jakie mają wpływ na ogólny wizerunek miasta oraz próbę przyjęcia systemowych rozwiązań, przeciwdziałających negatywnym zjawiskom degradacji przestrzeni miejskiej.

Mając powyższe na uwadze, podjęcie niniejszej uchwały należy uznać za celowe i zasadne.