

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA PŁOCKA
z dnia

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

Na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 1, art. 18 ust. 2 pkt 15 oraz art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2017 r. poz. 1875 i 2232 oraz z 2018 r. poz. 130) oraz na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1073 i 1566) i art. 19 ust. 1b ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2017 r. poz. 2187, 1086 i 1595 oraz z 2018 r. poz. 10) w związku Uchwałą Nr 222/XII/2015 Rady Miasta Płocka z dnia 27 października 2015 r. w sprawie zobowiązania Prezydenta Miasta Płocka do przygotowania projektu uchwały określającej 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 na obszarze Miasta Płocka,

Rada Miasta Płocka uchwała co następuje.

DZIAŁ I
PRZEPISY OGÓLNE

§ 1. 1. Ustala się:

- 1) zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, z zastrzeżeniem ust. 2;
- 2) zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 3) zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.
2. Określa liczbę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy, które mogą zostać zlokalizowane na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność.
3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń innych niż określone w niniejszej uchwale.
4. Ustalenia stanowiące przedmiot uchwały ujęte są w postaci:
 - 1) przepisów ogólnych określających zakres spraw regulowanych uchwałą, zawierających objaśnienia użytych terminów i pojęć oraz zawierających regulacje wspólne dla obszaru całego Miasta;
 - 2) przepisów szczegółowych, odnoszących się do poszczególnych obszarów Miasta;
5. Przepisy i ustalenia wymienione w ust. 4 obowiązują łącznie.

§ 2. 1. Ustala się podział Miasta na 5 Obszarów, na których obowiązują różne regulacje wynikające z przepisów niniejszej uchwały:

- 1) Obszar 1 - tereny zabudowy Starego Miasta oraz tereny skarpy wiślanej i wybrzeża Wisły, w granicach wyznaczonych przez punkty: 34-35-89-88-124-123-122-121-120-119-153-34;

- 2) Obszar 2 - tereny zabudowy Śródmieścia, w granicach wyznaczonych przez punkty: 112-118-119-120-121-122-123-124-125-112;
- 3) Obszar 3 - tereny koncentracji zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej i jednorodzinnej, w granicach wyznaczonych przez punkty dla poszczególnych terenów:
 - dla terenu O3-1 w granicach wyznaczonych przez punkty: 6-7-8-9-70-69-68-6;
 - dla terenu O3-2 w granicach wyznaczonych przez punkty: 15-16-126-127-128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-143-144-145-146-147-148-149-150-151-152-153-119-118-117-116-115-114-113-112-125-124-88-87-86-85-83-84-80-79-102-103-104-105-106-107-108-109-110-111-15;
 - dla terenu O3-3 w granicach wyznaczonych przez punkty: 48-49-50-91-95-96-48;
 - dla terenu O3-4 w granicach wyznaczonych przez punkty: 37-38-39-40-101-100-99-98-97-37;
 - dla terenu O3-5 w granicach wyznaczonych przez punkty: 19-20-161-162-163-164-165-166-167-19;
 - dla terenu O3-6 w granicach wyznaczonych przez punkty: 21-22-23-168-169-170-171-172-173-174-175-176-177-178-160-21;
 - dla terenu O3-7 w granicach wyznaczonych przez punkty: 180-181-182-183-184-185-186-180;
 - dla terenu O3-8 w granicach wyznaczonych przez punkty: 214-215-227-226-225-246-245-244-243-242-236-237-238-239-240-241-232-231-230-229-228-214;
 - dla terenu O3-9 w granicach wyznaczonych przez punkty: 192-193-194-195-196-197-198-260-261-262-263-199-200-201-202-203-259-258-257-256-255-254-253-192;
- 4) Obszar 4 - tereny koncentracji zabudowy usługowej oraz tereny koncentracji zabudowy produkcyjnej, składowej i magazynowej, w granicach wyznaczonych przez punkty dla poszczególnych terenów:
 - dla terenu O4-1 w granicach wyznaczonych przez punkty: 1-2-3-4-5-6-68-67-66-65-64-63-62-61-60-59-58-57-56-55-54-53-52-51-50-49-48-43-44-45-46-47-1;
 - dla terenu O4-2 w granicach wyznaczonych przez punkty: 9-10-11-72-71-69-70-9;
 - dla terenu O4-3 w granicach wyznaczonych przez punkty: 12-13-14-15-111-110-109-108-107-106-105-104-103-102-79-78-77-76-75-74-73-12;
 - dla terenu O4-4 w granicach wyznaczonych przez punkty: 80-81-82-83-84-80;
 - dla terenu O4-5 w granicach wyznaczonych przez punkty: 91-92-93-94-95-91;
 - dla terenu O4-6 w granicach wyznaczonych przez punkty: 112-113-114-115-116-117-118-112;
 - dla terenu O4-7 w granicach wyznaczonych przez punkty: 128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-128;
 - dla terenu O4-8 w granicach wyznaczonych przez punkty: 20-21-160-161-20;
 - dla terenu O4-9 w granicach wyznaczonych przez punkty: 28-29-30-179-180-186-185-187-188-28;
 - dla terenu O4-10 w granicach wyznaczonych przez punkty: 215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-215;
 - dla terenu O4-11 w granicach wyznaczonych przez punkty: 232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-232;

- dla terenu O4-12 w granicach wyznaczonych przez punkty: 198-199-263-262-261-260-198;
- 5) Obszar 5 - tereny koncentracji zieleni, w granicach wyznaczonych przez punkty dla poszczególnych terenów:
- dla terenu O5-1 w granicach wyznaczonych przez punkty: 11-12-73-74-75-76-77-78-79-80-81-82-83-85-86-87-88-89-90-36-37-97-98-99-100-101-40-41-42-43-48-96-95-94-93-92-91-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-66-67-68-69-71-72-11;
 - dla terenu O5-2 w granicach wyznaczonych przez punkty: 154-155-156-157-158-159-154;
 - dla terenu O5-3 w granicach wyznaczonych przez punkty: 16-17-18-19-167-166-165-164-163-162-161-160-178-177-176-175-174-173-172-171-170-169-168-23-24-25-26-27-28-188-187-185-184-183-182-181-180-179-30-31-32-33-34-153-152-151-150-149-148-147-146-145-144-143-142-128-127-126-16;
 - dla terenu O5-4 w granicach wyznaczonych przez punkty: 189-190-191-192-253-254-255-256-257-258-259-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-228-229-230-231-232-234-235-236-242-243-244-245-246-225-224-223-222-247-248-249-250-251-252-189.
2. Granice poszczególnych obszarów, o których mowa w ust. 1 zostały przedstawione na załączniku graficznym nr 1 do niniejszej uchwały.
- § 3. 1. Ustalenia, o których mowa § 1 dotyczą całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu, zgodnie z art. 37a ust. 5 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Ustaleń, o których mowa w § 1 nie stosuje się w stosunku do tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, dla których zostały one określone w przepisach odrębnych.
- § 4. 1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:
- 1) banerze reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, wykonane z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych, rozpinane pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych lub otaczających obiektach;
 - 2) banerze okolicznościowym – należy przez to rozumieć baner reklamowy sytuowany w związku z organizowanym wydarzeniem, w szczególności społecznym, kulturalnym, religijnym lub sportowym, w miejscu organizowanego wydarzenia;
 - 3) billboardzie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową dużego formatu, nieoświetloną, oświetloną lub podświetloną, montowaną na ścianach budynków, na obiektach budowlanych lub wolnostojącą, posiadającą standaryzowane wymiary powierzchni służącej ekspozycji reklamy w układzie poziomym, określone dla poszczególnych obszarów w zapisach niniejszej uchwały;
 - 4) boniach (boniowaniu) – należy przez to rozumieć profil geometrycznego rowkowania elewacji;
 - 5) budynku historycznym, zespole budynków historycznych, ogrodzeniu historycznym lub historycznym obiekcie małej architektury - należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, które powstały przed 1945 rokiem i nie są objęte formami ochrony zabytków określonymi w art. 7 ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2017 r. poz. 2187, 1086 i 1595 oraz z 2018 r. poz. 10) lub nie są wpisane do gminnej ewidencji zabytków;
 - 6) budynku zabytkowym, zespole budynków zabytkowych, ogrodzeniu zabytkowym lub zabytkowym obiekcie małej architektury - należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem objęte

formami ochrony zabytków określonymi w art. 7 ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami lub wpisane do gminnej ewidencji zabytków;

- 7) City Light Poster - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie podświetlonej gabloty ekspozycyjnej, służącej do zamieszczania plakatów „Eurosize”, w tym plakatów przewijanych;
- 8) detalu architektonicznym – należy przez to rozumieć dekoracyjny element elewacji, w szczególności ornament, gzyms, profil, uskok, pilaster, kolumnę, element rzeźbiarski lub malarski, zwornik, fryz dekoracyjny;
- 9) ekranie projekcyjnym reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, na którym eksponowana jest reklama w formie wyświetlanej za pomocą zewnętrznego urządzenia projekcyjnego (rzutnika);
- 10) ekranie świetlnym reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o elektronicznej lub cyfrowej powierzchni służące do ekspozycji reklamy, ruchomych obrazów oraz efektów wizualnych, w tym paneli, ekranów świetlnych i wyświetlaczy LED, TFL, LCD, digital, telebim;
- 11) ekspozytorze - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, w formie przestrzennej, nietrwale związane z gruntem, przeznaczone do czasowej ekspozycji reklamy, w tym stelaże wystawiennicze i stoiska promocyjno-reklamowe;
- 12) elewacji – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektoniczno-budowlanymi; w przypadku budynku z arkadami przez elewację należy rozumieć także zewnętrzne ściany budynku w podcieniach; skrzydła okien, drzwi, bram i krat otwarte do wewnątrz i na zewnątrz również stanowią elementy elewacji;
- 13) fladze reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, wykonane z tkaniny lub tekstyliów, sytuowane w szczególności na masztach, słupach oświetleniowych lub zamontowane prostopadle do elewacji na konstrukcji kotwionej w elewacji między podziałami okiennymi lub gzymsami;
- 14) fladze reklamowej typu A - należy przez to rozumieć flagę reklamową umocowaną do konstrukcji kotwionej w elewacji wzdłuż jej wysokości, minimum 2,5 m nad poziomem terenu w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku, prostopadle do lica elewacji, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi, przy czym flaga ma układ wertykalny i umocowana jest wzdłuż wysokości konstrukcji;
- 15) fladze reklamowej typu B - należy przez to rozumieć flagę reklamową umocowaną do konstrukcji kotwionej w elewacji, prostopadle do jej lica, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku;
- 16) fladze reklamowej typu C – należy przez to rozumieć flagę reklamową umocowaną do masztu flagowego, bez wyodrębnionej podstawy, połączonego trwale z gruntem, usytuowanego na terenie lub bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;
- 17) formie stylizowanej – należy przez to rozumieć dostosowanie formy tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do stylu architektonicznego budynku lub innej budowli, na których urządzenie jest umieszczone; w szczególności formy odwołującej się do XVIII, XIX i XX – wiecznych stylów: klasycyzmu, historyzmu, secesji, modernizmu przedwojennego;
- 18) formie drobnym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o wymiarach do 0,25 m² włącznie;
- 19) formie małym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy powyżej 0,25 m² do 1 m² włącznie;
- 20) formie dużym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy powyżej 12,0 m²;

- 21) gablocie ekspozycyjnej - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie oszklonej szafki o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 3,0 m² (w tym City Light Posters);
- 22) gablocie z menu – należy przez to rozumieć gablotę ekspozycyjną, nietrwale związaną z gruntem, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 0,25 m², związaną z prowadzoną działalnością gastronomiczną;
- 23) kasetonie reklamowym - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe: jednobryłowe, przestrzenne, niepełne w środku, o zamkniętej konstrukcji, z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, podświetlone lub niepodświetlone;
- 24) kiosku ulicznym – należy przez to rozumieć wolnostojący obiekt handlowy, o powierzchni użytkowej nie większej niż 15 m²;
- 25) kramie ulicznym – należy przez to rozumieć rodzaj wolnostojącego, sezonowego stoiska handlowego, o zróżnicowanej formie zewnętrznej;
- 26) logotypie, sygnecie, logo - należy przez to rozumieć odpowiednio tekstowe przedstawienie nazwy, symbolu graficznego w tym również symbolu z tekstowym przedstawieniem nazwy, które stanowią elementy identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, administracyjną, oświatową i kulturalną;
- 27) markizie – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek wykonany z rozpiętej na stelażu tkaniny lub tekstyliów, zakończony lambrekinem, stanowiący osłonę okna, drzwi, witryny sklepowej lub ogródka gastronomicznego;
- 28) materiałach trwałych – należy przez to rozumieć materiały, które zachowują swoje właściwości w trakcie eksploatacji, w szczególności spójność, sztywność, barwę i przezierność,
- 29) monochromacie – należy przez to rozumieć jednokolorową grafikę w odcieniach tej samej barwy;
- 30) muralu – należy przez to rozumieć rodzaj malatury, dekoracyjnego malarstwa ściennego, naniesionego dowolną techniką na ścianie zewnętrznej obiektu budowlanego lub innej przegrodzie; najczęściej mające na celu impresję odbiorcy (wyraz ekspresji twórcy);
- 31) muralu reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie muralu;
- 32) nadświetlu – należy przez to rozumieć wydzielony konstrukcyjnie element okienny stanowiący górną część otworu drzwiowego lub okiennego wypełniającego ościeże, w obrębie tej samej kondygnacji;
- 33) neonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe wykonane w formie znaków bez tła lub znaków przestrzennych z użyciem giętych w dowolne kształty lamp jarzeniowych tzn. neonowych wypełnionych gazem szlachetnym, o właściwościach iluminacyjnych;
- 34) nośniku pneumatycznym (reklamie dmuchanej, „dmuchańcu”) – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, nietrwale związane z gruntem, w formie dużych rozmiarów, wypełnionej powietrzem bryły, wykonanej z tworzyw sztucznych, przeznaczone do czasowej ekspozycji reklamy;
- 35) ogrodzeniach – należy przez to rozumieć wszelkie elementy umieszczone w terenie w celu wygradzenia określonej przestrzeni, w szczególności: przęsła ogrodzeniowe wraz ze słupkami i podmurówką, bramy, furtki lub mury;
- 36) ogrodzeniach tymczasowych – należy przez to rozumieć ogrodzenia pozbawione fundamentów, funkcjonujących w okresie krótszym niż 3 lata, w szczególności stanowiące wygradzenie placu budowy lub związane z działalnością sezonowych ogródków gastronomicznych i organizacją imprez masowych;
- 37) ogródka gastronomicznym – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych, stanowiące zewnętrzne przedłużenie powierzchni

- usługowej lokalu gastronomicznego lub otoczenie wolnostojącego, tymczasowego obiektu gastronomicznego;
- 38) oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe odpowiednio oświetlone poprzez zewnętrzne źródło światła bądź posiadające własne, wewnętrzne źródło światła, co zapewnia ich czytelność po zmierzchu;
 - 39) pasie reklamowym – należy przez to rozumieć płaszczyznę na elewacji obiektu budowlanego, występującą pomiędzy górną krawędzią otworów okiennych, witryn, portfenetrów, drzwi lub bram i ich elementów ozdobnych, takich jak gzyms, okapnik, naczółek, a dolną krawędzią gzymsu międzykondygnacyjnego lub w przypadku jego braku do poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku, a w przypadku budynków jednokondygnacyjnych dolną krawędzią belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki;
 - 40) plakacie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie druku jednostronnego lub dwustronnego;
 - 41) plakacie „Eurosize” - należy przez to rozumieć plakat o standardowym wymiarze powierzchni służącej ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m;
 - 42) polu ochronnym – należy przez to rozumieć wolne od zdobień i detali pole geometryczne wokół obrysu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym również nie powinny znajdować się krawędzie elewacji, otworów okiennych lub drzwiowych, numery porządkowe budynków, nazwy ulic lub inne tablice reklamowe i urządzenia reklamowe;
 - 43) polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy – należy przez to rozumieć płaszczyznę tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej, nie stanowiącą części składowej konstrukcji lub elementów mocujących;
 - 44) poziomie parteru – należy przez to rozumieć dolną część elewacji budynku (przyziemie, w tym suterene) wyznaczoną w płaszczyźnie elewacji przez element oddzielający pierwszą kondygnację od kondygnacji wyższych, w szczególności w postaci gzymsu, fryzu, uskołu, a w przypadku gdy taki element nie występuje (gładka ściana elewacji) – górny poziom parteru wyznacza spód stropu (podłogi) pierwszego piętra budynku;
 - 45) przeszkleńiu – należy przez to rozumieć jednoczęściową lub składającą się z kwater, zewnętrzną przezierną przegrodę budynku, w szczególności szybę lub szybę zespoloną w oknie, witrynie bądź samonośną przeszkloną ścianę osłonową, w tym szkieletową;
 - 46) pylonie reklamowym – należy przez to rozumieć wolnostojące, trwale połączone z gruntem urządzenie reklamowe, bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, sytuowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku; na którym dopuszcza się sytuowanie modułowo, więcej niż jednej tablicy reklamowej;
 - 47) pylonie cenowym – należy przez to rozumieć pylon reklamowy informujący o cenach obowiązujących na stacji paliw, przy której się znajduje oraz zwieńczony w jego najwyższej części nie więcej niż jedną dwustronną tablicą reklamową o szerokości tego pylonu informującą o działalności stacji paliw, a w szczególności stanowiącą szyld jeżeli znajduje się na nieruchomości, której dotyczy;
 - 48) pylonie wizytówkowym – należy przez to rozumieć pylon reklamowy eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe, z dopuszczeniem zwieńczenia w jego najwyższej części nie więcej niż jedną tablicą reklamową, o szerokości nie większej niż szerokość pylonu;
 - 49) przestrzeni dostępnej publicznie – należy przez to rozumieć przestrzeń udostępnioną i przeznaczoną do użytkowania przez ogół ludności w szczególności tereny placów, parków, zieleńców oraz ciągów komunikacyjnych do linii pierzei wyznaczonych przez elewacje frontowe budynków;

- 50) reklamie naklejanej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną w szczególności z folii lub papieru, naklejaną na wewnętrznej powierzchni witryn wystawowych, okien lub drzwi wejściowych do lokalu;
- 51) w szczególności z folii lub papieru, naklejaną na wewnętrznej powierzchni witryn wystawowych, okien lub drzwi wejściowych do lokalu;
- 52) reklamie przenośnej – należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe inne niż trwale związane z gruntem, w szczególności: stojak reklamowy, winder, nośnik pneumatyczny;
- 53) reklamie okolicznościowej - należy przez to rozumieć tablice reklamowe i urządzenia reklamowe służące ekspozycji reklamy związanej z organizowanym, konkretnym wydarzeniem w szczególności społecznym, kulturalnym, religijnym, sportowym, szkolnym;
- 54) reklamie na obiekcie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe zainstalowane na obiekcie budowlanym, w szczególności na budynkach, obiektach małej architektury, tymczasowych obiektach budowlanych;
- 55) reklamie wolnostojącej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe trwale lub nietrwale związane z gruntem, takie jak: billboard, citylight, ekran, flaga, gabłota, model przestrzenny, stojak reklamowy, totem, pylon, słup ogłoszeniowy, tablica wolnostojąca, winder, nośnik pneumatyczny;
- 56) reklamowej siatce ochronnej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o strukturze siatki, stanowiące zabezpieczenie rusztowań lub innych elementów wyposażenia budowy, montowane na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych;
- 57) słupie ogłoszeniowo-reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe najczęściej w formie walca, służące do umieszczania plakatów;
- 58) stojaku reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, nietrwale związane z gruntem, w formie jednej tablicy reklamowej ustawionej na sztaludze bądź dwóch połączonych ze sobą górną krawędzią pionowych tablic reklamowych w formie potykacza;
- 59) stopniu ażurowości ogrodzenia (A) – należy przez to rozumieć stosunek procentowy powierzchni przeszła (Pp) do powierzchni całkowitej po obrysie przęsła (Pc) mierzony w widoku równoległym ($A = Pp/Pc * 100\%$);
- 60) szyldzie głównym – należy przez to rozumieć pionowy lub poziomy szyld informujący o jednej, wybranej, głównej działalności prowadzonej na nieruchomości o funkcji usługowej, w szczególności dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, obiektów użyteczności publicznej, obiektów instytucji kultury, montowany równoległe do płaszczyzny sytuowania;
- 61) szyldzie prostopadłym – należy przez to rozumieć szyld usytuowany prostopadle do płaszczyzny sytuowania;
- 62) szyldzie równoległym – należy przez to rozumieć szyld usytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowani;
- 63) szyldzie wizytówkowym – należy przez to rozumieć szyld równoległy, formatu małego lub drobnego, najczęściej zgrupowany z innymi szyldami wizytówkowymi montowanymi w obrębie danej płaszczyzny sytuowania w sposób modułowy z zastosowaniem jednakowych standardów w szczególności w zakresie: barw, wymiarów, tła, pól ochronnych, wyrównania treści;
- 64) tablicy pełnej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie płaskiej, pełnej powierzchni, wykonaną na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału;
- 65) tablicy kierunkowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, wykonaną na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, wskazującą lokalizację działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
- 66) terenach sportowych - należy przez to rozumieć tereny i znajdujące się w ich granicach obiekty budowlane służące uprawianiu sportu i kultury fizycznej;

- 67) totemie reklamowym - należy przez to rozumieć wolnostojące, trwale połączone z gruntem urządzenie reklamowe, bez wyodrębnionej podstawy, w formie wysokiego słupa lub innej pionowej konstrukcji, na którym na wysokości powyżej 2,5 m od poziomu terenu umieszczone jest logo lub logotyp reklamowanej działalności gospodarczej lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym;
 - 68) uchwale - należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę;
 - 69) ustawie – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1073 i 1566);
 - 70) winderze (tzw. skrzydło reklamowym) – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie tkaniny rozpiętej na wolnostojącym maszcie flagowym, nietrwale związanym z gruntem;
 - 71) witrynie - należy przez to rozumieć otwór okienny znajdujący się w poziomie parteru elewacji, przynależny do lokalu w którym prowadzona jest działalność, służący ekspozycji przedmiotów lub towarów;
 - 72) znaku – należy przez to rozumieć znak graficzny, pisarski lub typograficzny w szczególności: literę, cyfrę, symbol, piktogram, logo, logotyp;
 - 73) znaku bez tła - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie znaku pozbawione tła o grubości mniejszej bądź równej 0,05 m;
 - 74) znaku przestrzennym - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci znaku bez tła o grubości większej niż 0,05 m, podświetlone lub niepodświetlone;
2. Na potrzeby pomiarów parametrów, o których mowa w niniejszej uchwale ustala się, że:
- 1) odległość mierzona względem elementów lub względem określonych punktów w przestrzeni, stanowi najkrótszy odcinek mierzony pomiędzy zewnętrznymi, krańcowymi płaszczyznami elementów bądź określonymi punktami w przestrzeni;
 - 2) wysokość znaku:
 - a) dla liternictwa jest to wysokość majuskuły (litery wielkiej),
 - b) dla pozostałych znaków jest to wysokość największego znaku;
 - 3) odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi, sytuowanymi przy drodze nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi.

§ 5. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całego Miasta, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - a) przesłaniających detale architektoniczne, przy czym zakaz nie dotyczy znaków bez tła, znaków przestrzennych oraz neonów reklamowych, dla których tło może stanowić płaszczyzna boniowana elewacji;
 - b) na drzewach, w polu obrysu zewnętrznego ich koron oraz w odległości nie mniejszej niż 5 m od pnia drzewa;
 - c) na obiektach inżynierskich, konstrukcjach oporowych, budowlach o funkcji dźwiękochłonnej, urządzeniach infrastruktury sieciowej i instalacyjnej oraz urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego;
 - d) na obiektach służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych, w tym zadaszonych osłonach lub pomieszczeniach ze ścianami pełnymi bądź ażurowymi;
 - e) na terenach cmentarzy i ich ogrodzeniach;
 - f) niepołączonych trwale z gruntem za wyjątkiem reklamy okolicznościowej i reklamy przenośnej;

- g) w formie ekranów projekcyjnych reklamowych, za wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
 - h) w formie murali reklamowych, za wyjątkiem instalowanych na obiektach zabytkowych lub historycznych;
 - i) w formie ekranów świetlnych reklamowych, w tym telebimów za wyjątkiem reklamy okolicznościowej, cenników stacji paliw, informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych oraz ekranów sytuowanych w obrębie wnętrz stadionów;
 - j) w formie banerów reklamowych, za wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
- 2) nakazuje się:
- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, w szczególności wyśrodkowanie względem: otworów okiennych lub drzwiowych, detalu architektonicznego, osi kompozycyjnych oraz płaszczyzny elewacji;
 - b) wprowadzenie pola ochronnego wokół tablic reklamowych i urządzeń reklamowych umieszczanych na powierzchni elewacji (za wyjątkiem umiejscowionych w świetle otworów okiennych i drzwiowych) poprzez zachowanie odstępu od krawędzi elewacji minimum 0,5 m, od otworów okiennych lub drzwiowych minimum 0,1 m, od krawędzi najbliższego detalu architektonicznego odstępu nie mniejszego niż 0,1 m, a w przypadku opasek okiennych i drzwiowych poprzez zachowanie odległości równej co najmniej szerokość opaski; od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości i nazwami ulic, tablic informacyjnych oraz tablic umieszczanych na podstawie przepisów odrębnych minimum 0,5 m;
 - c) utrzymanie spójności tablic i urządzeń reklamowych pod względem formy, koloru i materiału wykonania w ramach jednego lokalu;
 - d) utrzymanie spójności tablic i urządzeń reklamowych w obrębie pasa reklamowego elewacji w poziomie parteru, na galerii lub w obrębie podcienia za wspólnymi arkadami jednego budynku pod względem wysokości elementów oraz wysokości usytuowania na elewacji;
 - e) wykonanie tablic i urządzeń reklamowych z zastosowaniem materiałów trwałych w szczególności: szkło, blachy ocynkowane, blachy aluminiowe, blachy ze stali nierdzewnej, blachy tytanowe, wielowarstwowe płyty kompozytowe;
 - f) maksymalne ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych w formie stylizowanej, w szczególności elementów kutych, żeliwnych lub nitowanych;
 - g) sytuowanie fundamentów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących, trwale związanych z gruntem poniżej poziomu terenu;
 - h) umieszczanie danych identyfikacyjnych właściciela lub operatora wolnostojącej tablicy reklamowej lub wolnostojącego urządzenia reklamowego w widocznym miejscu na elementach konstrukcyjnych lub w obrębie obudowy, z wyłączeniem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych formatu drobnego i małego;
 - i) niezwłoczne doprowadzenie terenu lub obiektu do stanu niepogorszonego w stosunku do poprzedzający umieszczenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w przypadku ich demontażu;
- 3) dopuszcza się:
- a) podświetlenie i oświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt b;
 - b) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe podświetlane w formie kasetonów, znaków przestrzennych lub neonów reklamowych, pod warunkiem ukrycia w tynku lub zamaskowania instalacji zasilającej w energię elektryczną oraz kabli i elementów mocujących;

- c) maksymalny łączny wymiar pola powierzchni służącej ekspozycji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w poziomie parteru w wymiarze 20% powierzchni elewacji w poziomie parteru;
 - d) maksymalny łączny wymiar powierzchni służącej ekspozycji reklamy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyklejanych oraz sytuowanych w świetle witryny, okna lub drzwi w wymiarze 20% powierzchni danej witryny, okna lub drzwi;
 - e) sytuowanie w obrębie danego pasa reklamowego wyłącznie tablic i urządzeń reklamowych, dotyczących działalności lokalu znajdującego się w granicach witryny poniżej danego pasa;
- 4) zakazuje się montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych dodatkowych elementów technicznych, w szczególności podestów, z wyłączeniem elementów oświetlenia;
 - 5) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:
 - a) na nieruchomościach o funkcji oświatowej, sakralnej, służącej administracji publicznej i placówkom dyplomatycznym;
 - b) na terenach rodzinnych ogródków działkowych za wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
 - c) w strefach ochrony ekspozycji, ciągach widokowych lub osiach widokowych i kompozycyjnych, określonych w Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego lub Miejsowych Planach Zagospodarowania Przestrzennego za wyjątkiem reklamy okolicznościowej oraz reklamy przenośnej;
 - 6) dopuszcza się lokalizację reklam okolicznościowych w szczególności w postaci ekspozytorów, banerów okolicznościowych, nośników pneumatycznych, plakatów, stojaków reklamowych, ekranów projekcyjnych reklamowych i ekranów świetlnych reklamowych w miejscu organizowania wydarzeń, na okres nie dłuższy niż 10 dni kalendarzowych (w tym na 3 dni robocze przed wydarzeniem) z zachowaniem min. 2 tygodni przerwy pomiędzy ekspozycjami.

§ 6. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całej gminy, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) nakazuje się:
 - a) sytuowanie obiektów małej architektury w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego poprzez zachowanie minimalnych szerokości chodnika oraz drogi rowerowej określonych w przepisach odrębnych;
 - b) sytuowanie obiektów małej architektury w sposób umożliwiający zatrzymanie przy nich wózka inwalidzkiego oraz wózka dziecięcego;
 - c) zachowanie jednakowej formy, charakteru i kolorystyki dla danego zamierzenia w szczególności w obrębie nieruchomości, placu, ulicy lub innej przestrzeni dostępnej publicznie postrzeganych jako integralne założenie architektoniczno - urbanistyczne;
- 2) zakazuje się sytuowania obiektów przedstawiających postaci fikcyjne, zwierzęta, ludzi lub imitujących przedmioty codziennego użytku lub artykuły spożywcze, w szczególności modeli: lodów, gofrów, pojemników z napojami, pojazdów, z wyłączeniem rzeźby artystycznej i pomników oraz z zastrzeżeniem pkt 3;
- 3) dopuszcza się:
 - a) rozwiązania indywidualne z uwzględnieniem zapisów zawartych w pkt 1 dla elementów małej architektury, nie stanowiących wyposażenia powtarzalnego, jak obiekty kultu religijnego, elementy architektury ogrodowej, instalacje artystyczne oraz obiekty służące codziennej rekreacji, w szczególności: place zabaw, siłownie, skwery, parki;

- b) styl historyzujący, w tym stylizowanie form, na obszarze podlegającym ochronie konserwatorskiej oraz obszarach w jego bezpośrednim sąsiedztwie;

§ 7. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całej gminy, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) nakazuje się sytuowanie ogrodzeń w liniach rozgraniczających tereny lub w granicach działek ewidencyjnych, za wyjątkiem sytuacji, w których wymagane bądź wskazane jest wycofanie w głąb grodzonego terenu, w szczególności:
 - a) konieczności ominięcia drzew i innych przeszkód naturalnych lub urządzeń infrastruktury technicznej;
 - b) konieczności zapewnienia odpowiedniej widoczności w celu prawidłowego i bezpiecznego funkcjonowania komunikacji pieszej i kołowej;
 - c) w miejscach sytuowania wjazdów i wejść na posesję;
 - d) w rejonie wyjść z obiektów generujących wzmożony ruch pieszy;
 - e) ogrodzeń tymczasowych;
 - f) ogrodzeń ogródków przybłokowych;
- 2) nakazuje się zastosowanie ogrodzeń w naturalnej kolorystyce materiałów, z których zostały skonstruowane, w szczególności takich jak cegła, kamień, klinkier, drewno lub wykończonych tynkiem w jasnych kolorach o odcieniach posiadających do 20% domieszki czerni oraz nieprzekraczające 20% chromatyczności barwy, a dla elementów metalowych w odcieniach achromatycznych; w przypadku ogrodzeń tymczasowych, stanowiących wygrodenie placu budowy, należy utrzymać jednolity materiał wykonania i kolorystykę;
- 3) zakazuje się sytuowania ogrodzeń:
 - a) zabudowy wielorodzinnej, przy czym zakaz nie dotyczy obiektów w zabudowie zabytkowej i historycznej, jeżeli wynika to z wytycznych konserwatorskich oraz ogródków przybłokowych w zabudowie wielorodzinnej i ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszkalnych mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych;
 - b) wtórnych, wewnątrz zespołów historycznych (np. zamkowych);
 - c) wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności lasów, pól, nieużytków zielonych, dolin rzecznych oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo chronionych na podstawie przepisów odrębnych, z wyłączeniem parków;
 - d) nietrwale związanych z gruntem, z wyłączeniem ogrodzeń tymczasowych;
 - e) ciągów komunikacji pieszej, w tym wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego;
 - f) ciągów komunikacji pieszej, które stanowią istniejące powiązania pomiędzy przestrzeniami dostępnymi publicznie;
 - g) pełnych i o stopniu ażurowości przęsła mniejszym niż 35% od strony przestrzeni dostępnej publicznie, za wyjątkiem:
 - terenów cmentarzy,
 - ogrodzeń zabytkowych i historycznych, w tym również powstałych w wyniku rekonstrukcji;
 - h) wykonanych z prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych od strony przestrzeni dostępnych publicznie;
 - i) wykonanych z blach fałdowych, w tym falistych i prefabrykowanych, płyt z tworzyw sztucznych, tkanin, tekstyliów i folii;
 - j) posiadających elementy odbłaskowe.

DZIAŁ II
USTALENIA SZCZEGÓŁOWE DLA OBSZARU 1
ROZDZIAŁ 1

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy

§ 8. 1. Na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie szyldów jedynie:

- 1) na elewacji budynku w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 7 pkt 2, ust. 8 pkt 2 oraz ust. 10 – 11;
 - 2) na ogrodzeniu, z uwzględnieniem ust. 9 pkt 1 – 2;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) na kramach ulicznych;
 - 5) jako obiekty wolnostojące, z uwzględnieniem ust. 9 pkt 3.
2. Na obiektach budowlanych położonych na Obszarze 1 dopuszcza się szyldy następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 4 – 11 oraz ust. 14 – 16;
- 1) szyld równoległy do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
 - a) mural reklamowy w formie monochromatycznych znaków bez tła, w szczególności w odcieniach barw zaczerpniętych z obiektu, na którym jest umieszczony lub barwach achromatycznych, sytuowany nad witryną lokalu, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę) lub elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter), o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - b) tablica pełna, sytuowana nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego, z uwzględnieniem, że powierzchnia służąca ekspozycji reklamy będzie:
 - wykonana w formie stylizowanej;
 - wykonana z zastosowaniem technik artystycznych, w formie malatury na podkładzie drewnianym lub w technice metaloplastyki;
 - umieszczona równoległe do lica elewacji lub pochylona maksymalnie do 30 stopni w dół, tak aby dolna krawędź szyldu znajdowała się bezpośrednio przy powierzchni sytuowania;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, sytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - d) kaseton reklamowy, sytuowany w górnej części elewacji, w pasie reklamowym lub na atyce kiosku, w osi symetrii elewacji, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego lecz maksymalnie 0,5 m;
 - e) znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, sytuowane w przypadku braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - f) znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, sytuowane w przypadku braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - g) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton lub neon reklamowy, sytuowane w przypadku braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części,

dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;

- h) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton lub neon reklamowy, sytuowane w przypadku braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
- 2) szyld równoległy, naklejany na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowany na budynku jako wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi; w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetła lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 3) szyld równoległy, zainstalowany na ogrodzeniu pełnym, murowanym jako znaki bez tła lub znaki przestrzenne, o wysokości nie większej niż 0,5 m, sytuowane w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, w osi symetrii elementu murowanego;
- 4) szyld wizytówkowy, zainstalowany na licu elewacji budynku, na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym przy pomocy śrub dystansowych jako tablica pełna, o grubości do 30 mm włącznie, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większym niż 0,25 m², z zastrzeżeniem, że:
- a) szyld lub zestaw szyldów, którego jest częścią składową, powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczać ich szerokości;
- b) zestaw szyldów znajdujący się na jednej nieruchomości musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, tworząc całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 5) szyld prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
- a) szyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
- dolna krawędź szyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - odległość od najbliższego szyldu prostopadłego lub szyldu głównego prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;
 - ramię mocujące w formie stylizowanej;
- b) szyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
- dolna krawędź szyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - odległość od najbliższego szyldu prostopadłego lub szyldu głównego prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;

- 6) szyld główny równoległy, zainstalowany na pylonie wizytówkowym jako tablica pełna lub znaki bez tła, umieszczone w górnej części pylonu wizytówkowego, stanowiące łącznie z szyldami wizytówkowymi umieszczonymi na pylonie całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
 - 7) szyld główny równoległy do lica elewacji, zainstalowany na elewacji powyżej poziomu parteru budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub na elewacji bocznej, poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - budynek na którym szyld jest sytuowany posiada co najmniej 3 kondygnacje nadziemne lub minimalną wysokość górnej krawędzi elewacji frontowej równą 10,0 m;
 - budynek na którym szyld jest sytuowany posiada dach o maksymalnym spadku połąci do 20°, pozbawiony otworów okiennych w formie lukarn;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - 8) szyld główny prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - a) odległość krawędzi szyldu od elewacji nie może być większa niż 1,2 m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - c) odległość pomiędzy szyldem głównym prostopadłym, a najbliższym szyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m;
 - 9) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu jako monochromatyczne znaki bez tła, będące nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane, o wysokość nie większej niż 0,15 m;
3. Na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych, zlokalizowanych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie szyldów następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 12 – 13:
- 1) szyld na lambrekinie zadaszenia ogródka;
 - 2) szyld na lambrekinie parasola;
 - 3) szyld na rollbarze;
 - 4) szyld na prześle ogrodzenia;
 - 5) szyld na donicy wolnostojącej;
 - 6) szyld na krześle;
 - 7) szyld na stole;

- 8) szyld na leżaku;
 - 9) szyldy o których mowa w pkt 1 – 8 dopuszcza się wyłącznie w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym jest usytuowany, o wysokość do 0,15 m.
4. Na kramach ulicznych, zlokalizowanych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie szyldów następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 16:
- 1) szyld równoległy jako tablica pełna w formie stylizowanej, znaki bez tła lub znaki przestrzenne, w osi symetrii kramu, o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy nie większym niż 0,25 m²;
 - 2) szyld równoległy, naklejany na przeszklenia jako znaki bez tła w formie monochromatycznej, o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy nie większym niż 0,25 m²;
 - 3) szyld na lambrekinie markizy lub zadaszania kramu jako znaki bez tła, o wysokość nie większej niż 0,15 m; wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane.
5. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku zabytkowego lub historycznego, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. a – c, na każdą elewację budynku, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. e – f, na każdą witrynę, okno lub drzwi, w każdej elewacji;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi lokalu, w każdej elewacji;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 4) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionego w ust. 2 pkt 5 lit. a, na jeden lokal posiadający publicznie dostępne wejście z ulicy lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada więcej osobnych i publicznie dostępnych wejść w różnych elewacjach;
 - 5) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 9, na każdą markizę umieszczoną na elewacji budynku, w której lokal ma wejście.
6. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku innego niż zabytkowy i historyczny, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. c, na każdą elewację budynku, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. g – h, na każdą witrynę, okno lub drzwi, w każdej elewacji;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi lokalu, w każdej elewacji;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 4) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionego w ust. 2 pkt 5 lit. b, na jeden lokal posiadający publicznie dostępne wejście z ulicy lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada więcej osobnych i publicznie dostępnych wejść w różnych elewacjach;
 - 5) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 9, na każdą markizę umieszczoną na elewacji, w której lokal ma wejście.

7. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie budynku frontowego, zabytkowego lub historycznego, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 5 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego - jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. c, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5 lit. a lub jednego szyldu spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a usytuowanego na elewacji bocznej.
8. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie budynku frontowego, innego niż zabytkowy i historyczny, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 6 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu budynku, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego - jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. c, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5 lit. b.
9. W przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dla działalności prowadzonej w budynku położonym na **Obszarze 1** stosuje się zapisy jak w ust. 5 – 8 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) dla jednej wybranej działalności jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 3;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, usytuowanego na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 3,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 2,0 m (z założeniem podziału powierzchni ekspozycyjnej na segmenty w ilości odpowiadającej poszczególnym działalnościom), zlokalizowanym na nieruchomości z zachowaniem co najmniej 1,0 m odległości od granicy działki; w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6, dla wybranej działalności prowadzonej na terenie nieruchomości, usytuowanego na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 3,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 2,0 m; w przypadku gdy dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, drugiego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6, dla innej działalności.
10. Dla zabytkowego lub historycznego budynku użyteczności publicznej, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 5, ust. 7 i ust. 9 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a – b i ust. 2 pkt 8, dla jednej wybranej elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub jednego szyldu spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a, dla jednej wybranej elewacji bocznej, z zastrzeżeniem, że:
 - 1) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a – b i § 9 ust. 2 pkt 3;
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 9 ust. 2 pkt 4.
11. Dla budynku użyteczności publicznej, innego niż zabytkowy lub historyczny, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady

jak w ust. 6, ust. 8 i ust. 9 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a, ust. 2 pkt 7 lit. c i ust. 2 pkt 8, dla jednej wybranej elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 7 lit. a, dla jednej wybranej elewacji bocznej, z zastrzeżeniem, że:

- 1) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lit. a, ust. 2 pkt 7 lit. c i § 9 ust. 2 pkt 3,
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 9 ust. 2 pkt 4.
12. Dla lokalu zlokalizowanego w budynku zabytkowym lub historycznym, posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 1 dopuszcza się szyldy na elementach stanowiących ich wyposażenie w liczbie:
- 1) jednego szyldu wymienionych w ust. 3 pkt 1, na każde zadaszenie gródka gastronomicznego lub jednego szyldu wymienionego w ust. 3 pkt 2, na każdy bok każdego parasola w obrębie sezonowego ogródka gastronomicznego zlokalizowanego w przestrzeni dostępnej publicznie;
 - 2) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 3 pkt 3 – 8, na każdy odpowiedni element wyposażenia.
13. Dla lokalu zlokalizowanego w budynku innym niż zabytkowym lub historycznym, posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 1 dopuszcza się szyldy na elementach stanowiących ich wyposażenie w liczbie:
- 1) jednego szyldu wymienionych w ust. 3 pkt 1, na każde zadaszenie gródka gastronomicznego lub jednego szyldu wymienionego w ust. 3 pkt 2, na każdy bok każdego parasola w obrębie sezonowego ogródka gastronomicznego, zlokalizowanego w przestrzeni dostępnej publicznie;
 - 2) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 3 pkt 3 – 8, na każdy odpowiedni element wyposażenia.
14. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. b – c, ust. 2 pkt 1 lit. f lub ust. 2 pkt 2, na każdą elewację kiosku;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 9, na każdą markizę umieszczoną na elewacji kiosku.
15. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. c – d, ust. 2 pkt 1 lit. h lub ust. 2 pkt 2, na każdą elewację kiosku;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 9, na każdą markizę umieszczoną na elewacji kiosku.
16. Dla kramu ulicznego, zlokalizowanego na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie jednego szyldu spośród wymienionych w ust. 4, dla jednego kramu ulicznego.

ROZDZIAŁ 2

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 9. 1. Na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:

- 1) na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 7 – 8 oraz ust. 13;
- 2) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
- 3) jako tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące.

2. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na obiekcie zlokalizowanym na Obszarze 1, z uwzględnieniem ust. 4 – 5, ust. 7 – 8 oraz ust. 11 – 13:

- 1) reklama równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, usytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, usytuowane w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, usytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, lub od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - d) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, w formie stylizowanej, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabłoty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gablot na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku w elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie; gabloty powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
 - e) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabłoty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gablot na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku; gabloty powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
 - f) gabłota ekspozycyjna elewacyjna w formie stylizowanej, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie plakatu „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot ekspozycyjnych o ujednocionej formie zewnętrznej;
 - g) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie plakatu „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot ekspozycyjnych o ujednocionej formie zewnętrznej;
 - h) tablica pełna w formie stylizowanej, sytuowana na elewacji kiosku, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni elewacji na której jest umieszczona;
 - i) tablica pełna, sytuowana na elewacji kiosku, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni elewacji na której jest umieszczona;
 - j) znaki na lambrekinach markiz, w formie znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu, o wysokość nie większej niż 0,15 m; wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane;
 - k) reklamowa siatka ochronna, sytuowana na rusztowaniach, wyłącznie na w okresie realizacji robót budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej bądź rozbudową, nadbudową, zmianą konstrukcji dachu lub wymianą jego poszycia, jeżeli powyższe prace wymagają zabezpieczenia danej elewacji frontowej, na

okres do 8 miesięcy; powierzchnia reklamowej siatki ochronnej musi stanowić kompozycję nadruku w postaci wizerunku remontowanej elewacji oraz powierzchni służącej ekspozycji reklamy stanowiącej maksymalnie 30 % powierzchni ogólnej; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od zakończenia ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;

- 1) wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, na elementach przeszklonych elewacji, informujące o sprzedaży lub wynajmie lokalu lub nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
 - pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,25 m²;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy jedynie na przeszkleniach okien, witryn i drzwi sprzedawanego lokalu;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy powyżej poziomu parteru, o ile lokal lub nieruchomość posiada okna, witrynę lub drzwi w tej kondygnacji;
 - dla jednego lokalu lub nieruchomości dopuszcza się maksymalnie jedną reklamę dla każdej elewacji, w której lokal ma okno, witrynę lub drzwi;
- 2) reklama równoległa, naklejana na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowana na budynku jako wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 3) reklama główna równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub na elewacji bocznej, poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - budynek na którym szyld jest sytuowany posiada co najmniej 3 kondygnacje nadziemne lub minimalną wysokość górnej krawędzi elewacji frontowej równą 10,0 m;
 - budynek na którym szyld jest sytuowany posiada dach o maksymalnym spadku połąci do 20°, pozbawiony otworów okiennych w formie lukarn;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
- 4) reklama główna prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - odległość krańca tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2 m;

- dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
- b) flaga elewacyjna typu A, umocowana do konstrukcji kotwionej w elewacji, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku, wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi, z zastrzeżeniem, że:
- dopuszcza się maksymalnie dwa urządzenia reklamowe w formie flagi elewacyjnej typu A na każde dostępne publicznie wejście do budynku;
 - krawędź flagi musi znajdować się w odległości minimum 0,2 m od najbliższego elementu elewacji;
 - dolna krawędź flagi musi znajdować się w odległości minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - górna krawędź flagi musi znajdować się poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki;
 - odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać: 0,6 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, 0,8 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m;
 - w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
 - odległość pomiędzy flagą a najbliższym szyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m.
3. Rodzaje wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na Obszarze 1, z uwzględnieniem ust. 6 oraz ust. 9 – 10:
- 1) reklama trwale związana z gruntem jako:
- a) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 30 m; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablot stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej; dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej;
 - b) słup ogłoszeniowo-reklamowy, o maksymalnej, całkowitej wysokości do 4,0 m, o szerokości boku prostopadłościanu lub średnicy walca do 1,5 m mierzonej na wysokości części ekspozycyjnej; minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, określa się na nie mniejsze niż 50 m; dopuszcza się wyłącznie słupy o jednakowej kolorystyce czapy i cokołu: szary;
 - c) znaki przestrzenne, o maksymalnej wysokości 3,0 m, będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej; pod warunkiem że założenie ma charakter wielkopowierzchniowy, a wspomniane znaki stanowią element aranżacji zagospodarowania przestrzeni integralny z otoczeniem;
- 2) reklama przenośna jako:
- a) stojak reklamowy w formie pojedynczej tablicy pełnej, ustawionej na sztaludze, o całkowitej wysokości do 1,60 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,20 m, z zastrzeżeniem, że:
 - stojak reklamowy będzie miał formę stylizowaną;
 - elementy konstrukcyjne urządzenia będą drewniane lub metalowe;

- urządzenie reklamowe będzie umieszczone wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu;
 - dla każdego lokalu dopuszcza się maksymalnie jeden stojak;
- b) gablota z menu prezentująca ofertę lokalu gastronomicznego, z zastrzeżeniem, że:
- gablota będzie miała formę stylizowaną;
 - elementy konstrukcyjne urządzenia będą drewniane lub metalowe;
 - urządzenie reklamowe będzie umieszczone wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu;
 - dla każdego lokalu dopuszcza się maksymalnie jedną gablotę;
- c) stojak reklamowy w formie pojedynczej tablicy pełnej ustawionej na sztaludze o całkowitej wysokości do 1,60 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,20 m, z zastrzeżeniem, że:
- elementy konstrukcyjne urządzenia będą drewniane lub metalowe;
 - urządzenie reklamowe będzie umieszczone wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu;
 - dla każdego lokalu dopuszcza się maksymalnie jeden stojak;
- d) gablota z menu prezentująca ofertę lokalu gastronomicznego, z zastrzeżeniem, że:
- elementy konstrukcyjne urządzenia będą drewniane lub metalowe;
 - urządzenie reklamowe będzie umieszczone wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu;
 - dla każdego lokalu dopuszcza się maksymalnie jedną gablotę;
- e) znaki bez tła będące nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu umieszczone na lambrekinie zadaszenia, lambrekinie parasola, przęśle ogrodzenia, donicach wolnostojących, barze, rollbarze, krzesłach, stołach, leżakach sezonowego ogródka gastronomicznego, wyłącznie dla lokali gastronomicznych; w formie monochromatu, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane; o dopuszczalnej wysokości znaków do 0,15 m;
- 3) reklama okolicznościowa dotycząca wydarzeń odbywających się na danym terenie, w miejscu organizowania wydarzenia jako:
- a) ekspozytor;
 - b) stojak reklamowy;
 - c) winder;
 - d) nośnik pneumatyczny;
 - e) ekran projekcyjny reklamowy i ekran świetlny reklamowy, bez zachowania przerwy pomiędzy kolejnymi ekspozycjami.
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, zabytkowego lub historycznego, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. a – b, ust. 2 pkt 1 lit. d, ust. 2 pkt 1 lit. j oraz ust. 2 pkt 2.
5. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, innego niż zabytkowy i historyczny, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. c, ust. 2 pkt 1 lit. e, ust. 2 pkt 1 lit. j oraz ust. 2 pkt 2.
6. Dla całego Obszaru 1 dopuszcza się reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 3.
7. Dla zabytkowego lub historycznego budynku użyteczności publicznej, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 4 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. f, ust. 2 pkt 3 lit. a – b oraz ust. 2 pkt 4, z zastrzeżeniem, że:

- 1) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju tablica spośród wymienionych w ust. 2 pkt 3 a – b i § 8 ust. 2 pkt 7;
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju tablica spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 8 ust. 2 pkt 8.
8. Dla budynku użyteczności publicznej, innego niż zabytkowy lub historyczny, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 5 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. g, ust. 2 pkt 3 lit. a, ust. 2 pkt 3 lit. c oraz ust. 2 pkt 4, z zastrzeżeniem, że:
- 1) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 3 lit. a, ust. 2 pkt 3 lit. c i § 8 ust. 2 pkt 7;
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 8 ust. 2 pkt 8.
9. Dla lokalu zlokalizowanego w budynku zabytkowym lub historycznym na Obszarze 1, posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny dopuszcza się reklamę na elementach stanowiących jego wyposażenie jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 2 lit a – b oraz ust. 3 pkt 2 lit e.
10. Dla lokalu zlokalizowanego w budynku innym niż zabytkowy lub historyczny na Obszarze 1, posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny dopuszcza się reklamę na elementach stanowiących jego wyposażenie jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 2 lit c - d oraz ust. 3 pkt 2 lit e.
11. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 4 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. f oraz ust. 2 pkt 1 lit. h.
12. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 5 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. g oraz ust. 2 pkt 1 lit. i.
13. Dla wszystkich obiektów położonych na Obszarze 1 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. k – l.

ROZDZIAŁ 3

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury

- § 10. Dla Obszaru 1 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:
- 1) Dla obiektów małej architektury nakazuje się:
 - a) zastosowanie dla elementów wyposażenia powtarzalnego materiałów trwałych;
 - b) zastosowanie następujących materiałów: kamień, beton polimerowy gładki lub z kruszywem kamiennym, płukanym, o frakcji 2-5 mm, drewno o twardości minimalnej 50 MPa i zwartym usłojeniu, szkło klejone lub hartowane oraz dla widocznych części metalowych stal nierdzewną, malowaną proszkowo (farby proszkowe, drobnostrukturalne, o nawierzchni matowej) lub stal kortenowską, aluminium anodowane lub malowane, blachę tytanową oraz żeliwo malowane;
 - c) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;
 - d) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych, o minimalnym stopniu zaczerwienia 50%, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi; zapis nie dotyczy obiektów służących codziennej rekreacji, stanowiących wyposażenie placów zabaw, siłownie;

- e) zastosowanie dla elementów wyposażenia pasa drogowego, dla których kolorystyka nie jest określona w przepisach odrębnych, barw wskazanych w lit. d;
- f) lokalizację pojemników na odpady oraz używaną odzież w bezpośrednim sąsiedztwie obiektów służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych lub bytowo-gospodarczych.

ROZDZIAŁ 4

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń

- § 11. Dla Obszaru 1 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:
- 1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń w linii pierzei ulic oraz w historycznych granicach działek;
 - 2) ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
 - a) do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 50%, z uwzględnieniem lit. b – d;
 - b) dla placów zabaw, zieleńców, ogródków jordanowskich, parków do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 50% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - c) dla obiektów sportowych do 2,20 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 3,00 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75% ;
 - d) dla ogródków przybłokowych do 0,90 m, przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - 3) dopuszcza się lokalizację ogrodzeń pełnych, murowanych w przypadku zachowania bądź odtworzenia istniejących ogrodzeń budynków zabytkowych i historycznych oraz jako uzupełnienie przerw w zabudowie tworzącej pierzeję ulic;
 - 4) nie ustala się maksymalnej wysokości ogrodzeń budynków zabytkowych i historycznych, jeżeli parametry tych ogrodzeń wynikają z wytycznych konserwatorskich;
 - 5) na Obszarze 1 zakazuje się od strony przestrzeni dostępnej publicznie stosowania jako elementów ogrodzenia prętów zbrojeniowych żebrowanych, elementów drewnianych o grubości mniejszej niż 3 cm oraz siatek drucianych, plecionych lub zgrzewanych, za wyjątkiem ogrodzeń urzędzeń sportowych oraz ogrodzeń tymczasowych.

DZIAŁ III

USTALENIA SZCZEGÓŁOWE DLA OBSZARU 2

ROZDZIAŁ 1

Zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach zabytkowych lub historycznych i w ich otoczeniu:

- § 12. Dla zabytkowych lub historycznych budynków, zespołów budynków, ogrodzeń oraz obiektów położonych na Obszarze 2 obowiązują ustalenia jak dla Obszaru 1 wyszczególnione w § 8 ust. 5, § 8 ust. 7, § 8 ust. 10, § 8 ust. 12, § 9 ust. 4, § 9 ust. 7 oraz § 9 ust. 9, z uwzględnieniem, że:
- 1) Dla zabytkowego lub historycznego budynku użyteczności publicznej położonego na Obszarze 2 dodatkowo dopuszcza się:
 - a) jeden szyld wymieniony w § 13 ust. 2 pkt 9, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 13 ust. 2 pkt 9 i § 14 ust. 2 pkt 5.
 - b) reklamę w formie wymienionej w § 14 ust. 2 pkt 5, na elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 13 ust. 2 pkt 9 i § 14 ust. 2 pkt 5.

ROZDZIAŁ 2

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy

§ 13.1. Na Obszarze 2, dopuszcza się sytuowanie szyldów jedynie:

- 1) na elewacji budynku w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 6 – 7;
 - 2) na ogrodzeniu, z uwzględnieniem ust. 5 pkt 1 – 2 ;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) na kramach ulicznych;
 - 5) jako obiekty wolnostojące, z uwzględnieniem ust. 5 pkt 3.
2. Na obiektach położonych na Obszarze 2 dopuszcza się szyldy następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 3 – 7 oraz ust. 9 – 11:
- 1) szyld równoległy do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, sytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - 2) szyld równoległy, naklejany na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowany na budynku jako wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi; w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetla lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
 - 3) szyld równoległy, zainstalowany na ogrodzeniu pełnym, murowanym jako znaki bez tła lub znaki przestrzenne, o wysokości nie większej niż 0,5 m, sytuowane w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, w osi symetrii elementu murowanego;
 - 4) szyld wizytówkowy, zainstalowany na licu elewacji budynku, na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym przy pomocy śrub dystansowych jako tablica pełna, o grubości do 30 mm włącznie, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większym niż 0,25 m², z zastrzeżeniem, że:
 - a) szyld lub zestaw szyldów, którego jest częścią składową, powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczać ich szerokości;
 - b) zestaw szyldów znajdujący się na jednej nieruchomości musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, tworząc całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
 - 5) szyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
 - a) dolna krawędź szyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;

- b) odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - c) pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - d) odległość od najbliższego szyldu prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 6) szyld główny równoległy, zainstalowany na pylonie wizytówkowym jako tablica pełna lub znaki bez tła, umieszczone w górnej części pylonu wizytówkowego, stanowiące łącznie z szyldami wizytówkowymi umieszczonymi na pylonie całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 7) szyld główny równoległy do lica elewacji, zainstalowany na elewacji powyżej poziomu parteru budynku jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
- a) poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź szyldu nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
- 8) szyld główny prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku powyżej parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane prostopadłe do elewacji, w przestrzeni powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
- a) odległość krańca szyldu od elewacji nie może być większa niż 1,2 m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - c) odległość pomiędzy szyldem głównym prostopadłym, a najbliższym szyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 9) kompozycja szyldów zainstalowana na elewacji budynku, powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych szyldów równoległych w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, informujących o działalności poszczególnych podmiotów w obrębie obiektu, z zastrzeżeniem, że:
- a) na każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w obrębie nieruchomości przypada maksymalnie jeden szyld wchodzący w skład grupy;
 - b) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 1,0 m²;
 - c) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - d) pojedyncze szyldy wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone pod względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - e) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji szyldów nie może stanowić więcej niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
- 10) szyld na lambrekinach markiz, zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu jako monochromatyczne znaki bez tła, będące nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane, o wysokość nie większej niż 0,15 m.
3. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku położonego na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. a, na każdą elewacją budynku, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego

- rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. b – c lub ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi, w każdej elewacji;
- 2) jednego szyldu z ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5, na jeden lokal posiadający publicznie dostępne wejście z ulicy lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada dwa osobne i publicznie dostępne wejścia w różnych elewacjach;
 - 4) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 10, na każdą markizę umieszczoną na elewacji budynku, w której lokal ma wejście.
4. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie budynku frontowego, położonego na Obszarze 2 dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego - jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. a, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5.
5. W przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianego jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dla działalności prowadzonej w budynku położonym na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w ust. 3 – 4 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w punkcie ust. 2 pkt 3;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w punkcie ust. 2 pkt 4, usytuowanego na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 3,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 2,0 m (z założeniem podziału powierzchni ekspozycyjnej na segmenty w ilości odpowiadającej poszczególnym działalnościami), zlokalizowanym na nieruchomości z zachowaniem co najmniej 1,0 m odległości od granicy działki; w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w punkcie ust. 2 pkt 6, dla wybranej działalności prowadzonej na terenie nieruchomości, usytuowanego na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 3,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 2,0 m; w przypadku gdy dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, drugiego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6, dla innej działalności.
6. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 2 stosuje się zasady jak w ust. 3 - 5 oraz dodatkowo dopuszcza się maksymalnie:
- 1) jeden szyld wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i ust. 2 pkt 8, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub jednego szyldu wymienionego w punkcie ust. 2 pkt 7 lit. a, dla jednej wybranej elewacji bocznej, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 14 ust. 2 pkt 3;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 14 ust. 2 pkt 4;

- 2) jeden szyld wymienionego w ust. 2 pkt 9, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 9 i § 14 ust. 2 pkt 5.
7. Dla budynku użyteczności publicznej posiadającego lokale usługowe i handlowe dostępne z poziomu parteru oraz bezpośrednio z poziomu galerii zewnętrznej I piętra, położonego na Obszarze 2 stosuje się zasady jak w ust. 3 – 5 zarówno dla poziomu parteru jak i I piętra.
8. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 13.
9. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 14.
10. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 15.
11. Dla kramu ulicznego, zlokalizowanego na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 16.

ROZDZIAŁ 3

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 14.1. Na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:

- 1) na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1 oraz ust. 11;
 - 2) na ogrodzeniu;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) jako tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące.
2. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na obiekcie zlokalizowanym na Obszarze 2, z uwzględnieniem ust. 4, ust. 6 pkt 1 oraz ust. 8 – 10:
 - 1) reklama równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, usytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części lub od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - b) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabłoty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gabłoty na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku; witryny powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
 - c) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formie plakatu „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gabłot ekspozycyjnych o ujednoczonej formie zewnętrznej;
 - d) znaki na lambrekinach markiz, w formie znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu, o wysokość nie większej niż 0,15 m, wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane;
 - e) reklamowa siatka ochronna, sytuowana na rusztowaniach, wyłącznie na w okresie realizacji robót budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej bądź rozbudową, nadbudową, zmianą konstrukcji dachu lub wyminą jego poszycia, jeżeli powyższe prace wymagają zabezpieczenia danej elewacji frontowej, na okres do 8 miesięcy; powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej; te same lub kolejne działania reklamowe

mogą być prowadzone na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;

- f) wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, na elementach przeszklonych elewacji, informujące o sprzedaży lub wynajmie lokalu lub nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
- pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,25 m²;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy jedynie na przeszkleniach okien, witryn i drzwi sprzedawanego lokalu;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy powyżej poziomu parteru, o ile lokal lub nieruchomość posiada okna, witrynę lub drzwi w tej kondygnacji;
 - dla jednego lokalu lub nieruchomości dopuszcza się maksymalnie jedną reklamę dla każdej elewacji, w której lokal ma okno, witrynę lub drzwi;
- 2) reklama równoległa, naklejana na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowana na budynku jako wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **20%** powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 3) reklama główna równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
- a) przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub na elewacji bocznej poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
- 4) reklama główna prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako:
- a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - odległość krawędzi tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
 - b) flaga elewacyjna typu A, umocowana do konstrukcji kotwionej w elewacji, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku, wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi, z zastrzeżeniem, że:
 - dopuszcza się maksymalnie dwa urządzenia reklamowe w formie flagi elewacyjnej typu A na każde dostępne publicznie wejście do budynku;
 - krawędź flagi musi znajdować się w odległości minimum 0,2 m od najbliższego elementu elewacji;
 - dolna krawędź minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - górna krawędź poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub atyki,

- odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać: 0,6 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, 0,8 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m;
 - w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
 - odległość pomiędzy flagą a najbliższym sztyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 5) kompozycja tablic i urządzeń reklamowych, zainstalowana na elewacji budynku powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych tablic i urządzeń reklamowych, w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, z zastrzeżeniem, że:
- a) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczej tablicy lub urządzenia reklamowego wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 1,0 m²;
 - b) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - c) poszczególne tablice i urządzenia reklamowe wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone pod względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - d) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji tablic i urządzeń reklamowych nie może być większa niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru, na której jest umieszczona.
3. Rodzaje wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych innych niż sztyldy dopuszczone do sytuowania na Obszarze 2, z uwzględnieniem ust. 5, ust. 6 pkt 2 oraz ust. 7:
- 1) reklama trwale związana z gruntem jako:
- a) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 30 m; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gabloł stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej; dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej;
 - b) gablota ekspozycyjna, określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 50m, dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gabloł stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
 - c) słup ogłoszeniowo-reklamowy, o maksymalnej, całkowitej wysokości 4,0 m, o szerokości boku prostopadłościanu lub średnicy walca do 1,5 m mierzonej na wysokości części ekspozycyjnej; minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, określa się na nie mniejsze niż 50 m; dopuszcza się wyłącznie słupy o jednakowej formie oraz kolorystyce kolor czapy i cokołu: szary;
 - d) znaki przestrzenne, o maksymalnej wysokości do 3,0 m, będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej; pod warunkiem że założenie ma charakter wielkopowierzchniowy, a wspomniane znaki stanowią element aranżacji zagospodarowania przestrzeni integralny z otoczeniem;
- 2) reklama okolicznościowa dotycząca wydarzeń odbywających się na danym terenie, w miejscu organizowania wydarzenia jako:
- a) ekspozytor;
 - b) stojak reklamowy;
 - c) winder;

- d) nośnik pneumatyczny;
 - e) ekran projekcyjny reklamowy i ekran świetlny reklamowy bez zachowania przerwy pomiędzy kolejnymi ekspozycjami.
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, położonego na Obszarze 1 dopuszcza się reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. a, ust. 2 pkt 1 lit. c – d oraz ust. 2 pkt 2.
 5. Dla całego Obszaru 2 dopuszcza się reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. a, ust. 3 pkt 1 lit. c – d, oraz ust. 3 pkt 2.
 6. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 1 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się:
 - 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. b oraz ust. 2 pkt 3 – 5, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 3 i § 13 ust. 2 pkt 7;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 13 ust. 2 pkt 8;
 - c) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 5 i § 13 ust. 2 pkt 9;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. b.
 7. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 2 stosuje się zapisy jak w § 9 ust. 10.
 8. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 2 stosuje się zasady jak w §9 ust. 11.
 9. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 2 stosuje się zasady jak w §9 ust. 12.
 10. Dla wszystkich obiektów położonych na Obszarze 2 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. e – f.

ROZDZIAŁ 4

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury

- § 15. Dla Obszaru 2 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:
- 1) Dla obiektów małej architektury nakazuje się:
 - a) zastosowanie dla elementów wyposażenia powtarzalnego materiałów trwałych;
 - b) zastosowanie następujących materiałów: kamień, beton polimerowy gładki lub z kruszywem kamiennym, płukanym, o frakcji 2–5 mm, drewno o twardości minimalnej 50 MPa i zwartym usłojeniu, szkło klejone lub hartowane oraz dla widocznych części metalowych stal nierdzewną, malowaną proszkowo (farby proszkowe, drobnostrukturalne, o nawierzchni matowej) lub stal kortenowską, aluminium anodowane lub malowane, blachę tytanową oraz żeliwo malowane;
 - c) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;
 - d) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych o minimalnym stopniu zaczernienia 50%, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi; zapis nie dotyczy obiektów służące codziennej rekreacji, stanowiących wyposażenie placów zabaw, siłownie;
 - e) zastosowanie dla elementów wyposażenia pasa drogowego, dla których kolorystyka nie jest określona w przepisach odrębnych, barw wskazanych w lit. D;

- f) lokalizację pojemników na odpady oraz używaną odzież w bezpośrednim sąsiedztwie obiektów służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych lub bytowo-gospodarczych.

ROZDZIAŁ 5

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń

- § 16. Dla Obszaru 2 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:
- 1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń w linii pierzei ulic oraz w historycznych granicach działek;
 - 2) Ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
 - a) do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 50%, z zastrzeżeniem lit. b – d;
 - b) dla placów zabaw, zieleńców, ogródków jordanowskich, parków do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 50% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - c) dla obiektów sportowych do 2,20 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 3,00 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - d) dla ogródków przybłokowych do 0,90 m, przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - 3) dopuszcza się lokalizację ogrodzeń pełnych w przypadku zachowania bądź odtworzenia istniejących ogrodzeń budynków zabytkowych i historycznych oraz jako uzupełnienie przerw w zabudowie pierzejowej;
 - 4) nie ustala się maksymalnej wysokości dla istniejących ogrodzeń budynków zabytkowych i historycznych lub jeżeli parametry tych ogrodzeń wynikają z wytycznych konserwatorskich.

DZIAŁ IV

USTALENIA SZCZEGÓŁOWE DLA OBSZARU 3

ROZDZIAŁ 1

Zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach zabytkowych lub historycznych i w ich otoczeniu:

- § 17. Dla zabytkowych lub historycznych budynków, zespołów budynków, ogrodzeń oraz obiektów położonych na Obszarze 3 obowiązują ustalenia jak dla Obszaru 1 wyszczególnione w § 8 ust. 5, § 8 ust. 7, § 8 ust. 10, § 8 ust. 12, § 9 ust. 4, § 9 ust. 7 oraz § 9 ust. 9 z zastrzeżeniem, że:
- 1) Dla zabytkowego lub historycznego budynku użyteczności publicznej położonego na Obszarze 3 dodatkowo dopuszcza się:
 - a) jeden szyld wymieniony w § 18 ust. 2 pkt 9, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 18 ust. 2 pkt 9 i § 19 ust. 2 pkt 6.
 - b) reklamę w formie wymienionej w § 19 ust. 2 pkt 6, na jednej wybranej elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 18 ust. 2 pkt 9 i § 19 ust. 2 pkt 6.

ROZDZIAŁ 2

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy

§ 18.1. Na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie szyldów jedynie:

- 1) na elewacji budynku w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 7 oraz ust. 8 pkt 1 – 2;

- 2) na ogrodzeniu, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) na kramach ulicznych;
 - 5) jako obiekty wolnostojące, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 2.
2. Na obiektach budowlanych położonych na Obszarze 3 dopuszcza się szyldy następujących rodzajów,
z uwzględnieniem ust. 4 – 7, ust. 8 pkt 1 – 2 oraz ust. 10 – 12:
- 1) szyld równoległy do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - 2) szyld równoległy naklejany na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowany na budynku jako wyklejenie o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi; w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetła lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
 - 3) szyld równoległy na widowni obiektów sportowych, w formie kompozycji ze zróżnicowanych kolorystycznie siedzisk usytuowanych w sposób tworzący znaki;
 - 4) szyld wizytówkowy, zainstalowany na licu elewacji budynku, na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym przy pomocy śrub dystansowych jako tablica pełna, o grubości do 30 mm łącznie, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większym niż 0,50 m², z zastrzeżeniem, że:
 - a) szyld lub zestaw szyldów, którego jest częścią składową, powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczać ich szerokości;
 - b) zestaw szyldów znajdujący się na jednej nieruchomości musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, tworząc całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
 - 5) szyld prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako szyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji prostopadle, w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
 - a) dolna krawędź szyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - b) odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - c) pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - d) odległość od najbliższego szyldu prostopadłego lub szyldu głównego prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;

- 6) szyld główny równoległy, zainstalowany na pylonie wizytówkowym jako tablica pełna lub znaki bez tła, umieszczone w górnej części pylonu wizytówkowego, stanowiące łącznie z szyldami wizytówkowymi umieszczonymi na pylonie całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
 - 7) szyld główny równoległy do lica elewacji, zainstalowany na elewacji powyżej poziomu parteru budynku jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
 - a) poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź szyldu nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - 8) szyld główny prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane prostopadle do elewacji, w przestrzeni powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - a) odległość krawędzi szyldu od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - c) odległość szyldu od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
 - 9) kompozycja szyldów zainstalowana na elewacji budynku, powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych szyldów równoległych w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, informujących o działalności poszczególnych podmiotów w obrębie obiektu, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w obrębie nieruchomości przypada maksymalnie jeden szyld wchodzący w skład grupy;
 - b) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 1,5 m²;
 - c) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - d) pojedyncze szyldy wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone po względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - e) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji szyldów nie może stanowić więcej niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
 - 10) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu jako monochromatyczne znaki bez tła, będące nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane, o wysokość nie większej niż 0,15 m.
3. Na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie szyldów jako obiekty wolnostojące, następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 8 pkt 3 oraz ust. 9:
- 1) szyld w formie flagi typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowanej do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 8,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - a) nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - b) dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie dziesięć masztów, w granicach jednej nieruchomości.

4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku położonego na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. a, na jednej wybranej elewacji budynku, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. b – c lub ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi w jednej wybranej elewacji budynku;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5, na jeden lokal posiadający publicznie dostępne wejście z ulicy lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada dwa osobne publicznie dostępne wejścia w różnych elewacjach;
 - 4) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 10, na każdą markizę umieszczoną na jednej wybranej elewacji budynku, w której lokal ma wejście.
5. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, budynku frontowego, położonego na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w ust. 4 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego - jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. a, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w punkcie ust. 2 pkt 5.
6. W przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianego jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dla działalności prowadzonej w budynku położonym na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, usytuowanego na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 4,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 3,0 m (z założeniem podziału powierzchni ekspozycyjnej na segmenty w ilości odpowiadającej poszczególnym działalnościami), zlokalizowanym na nieruchomości z zachowaniem co najmniej 1,0 m odległości od granicy działki; w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie i gabarytach;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6, dla wybranej działalności prowadzonej na terenie nieruchomości, usytuowanego na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 4,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 3,0 m; w przypadku gdy dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, drugiego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6 dla innej działalności.
7. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 6 oraz dodatkowo dopuszcza się maksymalnie:
 - 1) jeden szyld wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lub ust. 2 pkt 8, na jednej wybranej elewacji budynku, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 19 ust. 2 pkt 4;

- b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 19 ust. 2 pkt 5;
 - 2) jeden szyld wymieniony w ust. 2 pkt 9, na jednej wybranej elewacji budynku, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 9 i § 19 ust. 2 pkt 6.
8. Dla terenów sportowych, o powierzchni terenu przekraczającej 15 000 m², położonych na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 6 oraz dodatkowo dopuszcza się maksymalnie:
- 1) dwa szyldy wymienione w ust. 2 pkt 3, na jednym wybranym obiekcie sportowym posiadającym trybuny;
 - 2) jeden szyld spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7, na jednej wybranej elewacji budynku lub budowli sportowej, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 19 ust. 2 pkt 4;
 - 3) dziesięć szyldów wymienionych w ust. 3 pkt 1.
9. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 13.
10. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 14.
11. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 15.
12. Dla kramu ulicznego, zlokalizowanego na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 16.

ROZDZIAŁ 3

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 19.1. Na Obszarze 3, dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:

- 1) na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1 ust. 7 pkt 1;
 - 2) na ogrodzeniu;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) jako tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące.
2. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na obiekcie zlokalizowanym na Obszarze 3, z uwzględnieniem ust. 4, ust. 6 pkt 1, ust. 7 pkt 1 oraz ust. 9 – 11:
- 1) reklama równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, usytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego; w przypadku braku pasa reklamowego dopuszcza się lokalizację w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części lub od strony wewnętrznej, wycofanych o nie mniej niż 0,2 m, dopasowanych do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - b) gablota ekspozycyjna elewacyjna, w formie stylizowanej, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabloty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gabloty na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku; witryny powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
 - c) gablota ekspozycyjna elewacyjna, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formie plakatu „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej

niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot ekspozycyjnych o ujednoczonej formie zewnętrznej;

- d) znaki na lambrekinach markiz, w formie znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu, o wysokość nie większej niż 0,15 m, wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane;
 - e) reklamowa siatka ochronna, sytuowana na rusztowaniach, wyłącznie na w okresie realizacji robót budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej bądź rozbudową, nadbudową, zmianą konstrukcji dachu lub wyminą jego poszycia, jeżeli powyższe prace wymagają zabezpieczenia danej elewacji frontowej, na okres do 8 miesięcy; powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;
 - f) wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, na elementach przeszklonych elewacji, informujące o sprzedaży lub wynajmie lokalu lub nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
 - pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,25 m²;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy jedynie na przeszkleniach okien, witryn i drzwi sprzedawanego lokalu;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy powyżej poziomu parteru, o ile lokal lub nieruchomość posiada okna, witrynę lub drzwi w tej kondygnacji;
 - dla jednego lokalu lub nieruchomości dopuszcza się maksymalnie jedną reklamę dla każdej elewacji, w której lokal ma okno, witrynę lub drzwi;
- 2) reklama równoległa, naklejana na szklenia elewacji, zainstalowana na budynku jako wyklejenie, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
 - 3) reklama prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako flaga elewacyjna typu B, umocowana na konstrukcji kotwionej w elewacji, rozmieszczona prostopadle do jej lica, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nieprzekraczającym 0,6 m²; dolna krawędź flagi musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu; w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
 - 4) reklama główna równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
 - a) przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie lub na elewacji bocznej poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m;
 - b) przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - 5) reklama główna prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - odległość krawędzi tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2m;

- dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
- b) flaga elewacyjna typu A, umocowana do konstrukcji kotwionej w elewacji, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku, wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi, z zastrzeżeniem, że:
- dopuszcza się maksymalnie dwa urządzenia reklamowe w formie flagi elewacyjnej typu A na każde dostępne publicznie wejście do budynku;
 - krawędź flagi musi znajdować się w odległości minimum 0,2 m od najbliższego elementu elewacji;
 - dolna krawędź minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - górna krawędź poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki,
 - odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać: 0,6 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, 0,8 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m,
 - w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
 - odległość pomiędzy flagą a najbliższym szyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 6) kompozycja tablic i urządzeń reklamowych, zainstalowana na elewacji budynku powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych tablic i urządzeń reklamowych, w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, z zastrzeżeniem, że:
- a) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczej tablicy lub urządzenia reklamowego wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 1,5 m²;
 - b) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - c) poszczególne tablice i urządzenia reklamowe wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone pod względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - d) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji tablic i urządzeń reklamowych nie może być większa niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru, na której jest umieszczona.
3. Rodzaje wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na Obszarze 3, z uwzględnieniem ust. 5, ust. 6 pkt 2, ust. 7 pkt 2 oraz ust. 8:
- 1) reklama trwale związana z gruntem jako:
- a) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 30 m; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablote stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej; dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej;
 - b) gablota ekspozycyjna, określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 50m, dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablote stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;

- c) słup ogłoszeniowo - reklamowy o maksymalnej, całkowitej wysokości do 4,0 m, o szerokości boku prostopadłościanu lub średnicy walca do 1,5 m mierzonej na wysokości części ekspozycyjnej; minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, określa się na nie mniejsze niż 50 m; dopuszcza się wyłącznie słupy o jednakowej kolorystyce czapy i cokołu: szary;
- d) billboard o maksymalnym polu ekspozycji reklamy wynoszącym 12m², wysokości 7,0 m, z zastrzeżeniem, że:
- dolna pozioma krawędź billboardu nie może znajdować się niżej niż 2,5 m od poziomu terenu;
 - urządzenie należy sytuować pod kątem w stosunku do frontu działki, mieszczącym się w przedziale od 60° do 90°;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy frontu działki równej 1,0 m;
 - minimalna szerokość frontu terenu, na którym dopuszcza się usytuowanie urządzenia reklamowego, to 50,0 m;
 - urządzenie należy lokalizować w odległości co najmniej 25,0 m od skrajnych punktów frontu terenu;
 - w przypadku terenu, którego front stanowi wielokrotność wskazanej minimalnej szerokości, dopuszcza się lokalizację kolejnego billboardu, w odległości nie mniejszej niż 50,0 m od poprzedniego billboardu, mierzonej w linii równoległej do frontu terenu;
 - dopuszcza się możliwość sytuowania zamiennie dla urządzenia reklamowego o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 12 m² maksymalnie czterech urządzeń reklamowych o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 4 m² każde i wysokości do 3 m;
- e) flaga reklamowa typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowana do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 8,0 m, z zastrzeżeniem, że:
- maszt nie może być wyższy niż najwyższy budynek znajdujący się na danej nieruchomości;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
 - nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie trzy maszty, w granicach jednej nieruchomości;
- f) flaga reklamowa typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowana do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 8,0 m, z zastrzeżeniem, że:
- nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
 - dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie dziesięć masztów, w granicach jednej nieruchomości;
- g) pylon reklamowy lub pylon cenowy, o maksymalnej wysokości 5,0 m, maksymalnej szerokości 1,5 m i maksymalnym polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy 10 m²; określa się minimalną odległością pomiędzy urządzeniami nie mniejszą niż 50,0 m oraz minimalną odległością od granicy działki równą 1,0 m;

- h) znaki przestrzenne, o maksymalnej wysokości 3,0 m, będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej; pod warunkiem że założenie ma charakter wielkopowierzchniowy, a wspomniane znaki stanowią element aranżacji zagospodarowania przestrzeni integralny z otoczeniem;
 - i) tablica kierunkowa, w formie tablicy płaskiej, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, o standardowym wymiarze 0,80 x 1,25 m, w układzie pionowym, umieszczoną na słupie oświetleniowym, wyłącznie dla działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
- 2) reklama okolicznościowa dotycząca wydarzeń odbywających się na danym terenie, w miejscu organizowania wydarzeń jako:
- a) ekspozytor;
 - b) stojak reklamowy;
 - c) winder;
 - d) nośnik pneumatyczny;
 - e) baner okolicznościowy;
 - f) ekran projekcyjny reklamowy i ekran świetlny reklamowy, bez zachowania przerwy pomiędzy kolejnymi ekspozycjami.
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, położonego na Obszarze 3 dopuszcza się reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. a – b, ust. 2 pkt 1 lit. d oraz ust. 2 pkt 2 – 3.
5. Dla całego Obszaru 3 dopuszcza się reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. a, ust. 3 pkt 1 lit. c – e, ust. 3 pkt 1 lit. g – i oraz ust. 3 pkt 2.
6. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się:
- 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. c, oraz ust. 2 pkt 4 – 6, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 18 ust. 2 pkt 7;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 5 i § 18 ust. 2 pkt 8;
 - c) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 6 i § 18 ust. 2 pkt 9;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. b.
7. Dla terenów sportowych, o powierzchni terenu przekraczającej 15 000 m², położonych na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy:
- 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 4, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 18 ust. 2 pkt 7;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. f.
8. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 3 stosuje się zapisy jak w § 9 ust. 10.
9. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w §9 ust. 11.

10. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 3 stosuje się zasady jak w §9 ust. 12.
11. Dla wszystkich obiektów położonych na Obszarze 3 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. e - f.

ROZDZIAŁ 4

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury

- § 20. Dla Obszaru 3 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:
- 1) Dla obiektów małej architektury nakazuje się:
 - a) zastosowanie dla elementów wyposażenia powtarzalnego materiałów trwałych;
 - b) zastosowanie następujących materiałów: kamień, beton polimerowy gładki lub z kruszywem kamiennym, płukany, o frakcji 2-5 mm, drewno o twardości minimalnej 40 MPa i zwartym usłojeniu, szkło klejone lub hartowane oraz dla widocznych części metalowych stal nierdzewną, malowaną proszkowo (farby proszkowe, drobnostrukturalne, o nawierzchni matowej) lub stal kortenowską, aluminium anodowane lub malowane, blachę tytanową oraz żeliwo malowane;
 - c) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików;
 - d) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych, o minimalnym stopniu zaczernienia 50%, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi; zapis nie dotyczy obiektów służące codziennej rekreacji, stanowiących wyposażenie placów zabaw, siłownie;
 - e) zastosowanie dla elementów wyposażenia pasa drogowego, dla których kolorystyka nie jest określona w przepisach odrębnych, barw wskazanych w lit. D;
 - f) lokalizację pojemników na odpady oraz używaną odzież w bezpośrednim sąsiedztwie obiektów służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych lub bytowo-gospodarczych.

ROZDZIAŁ 5

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń

- § 21. Dla Obszaru 3 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:
- 1) Ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
 - a) do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 50%, z zastrzeżeniem lit. b - c;
 - b) dla ogródków przybłokowych do 0,90 m, przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - c) dla ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych, do 1,80 m, przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%.

DZIAŁ V

USTALENIA SZCZEGÓŁOWE DLA OBSZARU 4

ROZDZIAŁ 1

Zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach zabytkowych lub historycznych i w ich otoczeniu:

- § 22. Dla zabytkowych lub historycznych budynków, zespołów budynków, ogrodzeń oraz obiektów położonych na Obszarze 4 obowiązują ustalenia jak dla Obszaru 1 wyszczególnione w § 8 ust. 5, § 8 ust. 7, § 8 ust. 10, § 8 ust. 12, § 9 ust. 4, § 9 ust. 7 oraz § 9 ust. 9 z zastrzeżeniem, że:

- 1) Dla zabytkowego lub historycznego budynku użyteczności publicznej położonego na Obszarze 4 dodatkowo dopuszcza się:
 - a) jeden szyld wymieniony w § 23 ust. 2 pkt 9, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 23 ust. 2 pkt 9 i § 24 ust. 2 pkt 6.
 - b) reklamę w formie wymienionej w § 24 ust. 2 pkt 6, na jednej wybranej elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w § 23 ust. 2 pkt 9 i § 24 ust. 2 pkt 6.

ROZDZIAŁ 2

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy

§ 23.1. Na Obszarze 4 dopuszcza się sytuowanie szyldów jedynie:

- 1) na elewacji budynku w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 4 pkt 4, ust. 7, ust. 8 pkt 1 – 2;
 - 2) na ogrodzeniu, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) na kramach ulicznych;
 - 5) jako obiekty wolnostojące, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 2.
2. Na obiektach budowlanych położonych na Obszarze 4 dopuszcza się szyldy następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 4 – 7, ust. 8 pkt 1 – 2 oraz ust. 10 – 12:
 - 1) szyld równoległy do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryny od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowanego do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - 2) szyld równoległy naklejany na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowany na budynku jako wyklejenie o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi; w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetła lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
 - 3) szyld równoległy na widowni obiektów sportowych w formie kompozycji ze zróżnicowanych kolorystycznie siedzisk usytuowanych w sposób tworzący znaki;
 - 4) szyld wizytówkowy, zainstalowany na licu elewacji budynku, na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym przy pomocy śrub dystansowych jako tablica pełna, o grubości do 30 mm łącznie, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większym niż 0,50 m², z zastrzeżeniem, że:
 - a) szyld lub zestaw szyldów, którego jest częścią składową, powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczać ich szerokości;

- b) zestaw sztyldów znajdujący się na jednej nieruchomości musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, tworząc całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 5) sztyld prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako sztyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji prostopadle, w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
- a) dolna krawędź sztyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - b) odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - c) pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - d) odległość od najbliższego sztyldu prostopadłego lub sztyldu głównego prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 6) sztyld główny równoległy, zainstalowany na pylonie wizytówkowym jako tablica pełna lub znaki bez tła, umieszczone w górnej części pylonu wizytówkowego, stanowiące łącznie z sztyldami wizytówkowymi umieszczonymi na pylonie całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 7) sztyld główny równoległy do lica elewacji, zainstalowany na elewacji powyżej poziomu parteru budynku jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
- a) poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż:
 - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m;
 - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m;
 - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m;
 - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m;
 - b) powyżej zwieńczenia elewacji, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź sztyldu nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków, a wysokość znaków będzie nie większa niż:
 - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m;
 - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m;
 - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m;
 - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m;
- 8) sztyld główny prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku powyżej parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
- a) odległość krańca sztyldu od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;

- c) odległość szyldu od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
- 9) kompozycja szyldów zainstalowana na elewacji budynku, powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych szyldów równoległych w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, informujących o działalności poszczególnych podmiotów w obrębie obiektu, z zastrzeżeniem, że:
- a) na każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w obrębie nieruchomości przypada maksymalnie jeden szyld wchodzący w skład grupy;
 - b) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 3,0 m²;
 - c) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - d) pojedyncze szyldy wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone pod względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - e) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji szyldów nie może stanowić więcej niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
- 10) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu jako monochromatyczne znaki bez tła, będące nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane, o wysokość nie większej niż 0,15 m;
3. Na Obszarze 4 dopuszcza się sytuowanie szyldów jako obiekty wolnostojące, następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 8 pkt 3 – 4:
- 1) szyld główny wolnostojący jako znaki przestrzenne, usytuowane na terenie nieruchomości, w miejscu widocznym z przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że:
 - a) wysokości znaków nie może przekroczyć 3,5 m;
 - b) dolna krawędź szyldu nie może być niżej niż 2,5 m nad poziomem terenu;
 - 2) szyld w formie flagi typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowana do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 8,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - a) nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - b) dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie dziesięć masztów, w granicach jednej nieruchomości;
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku położonego na Obszarze 4 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. a, na jednej wybranej elewacji budynku, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. b – c lub ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi w jednej wybranej elewacji budynku;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5, na jeden lokal posiadający publicznie dostępne wejście z ulicy lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada dwa osobne publicznie dostępne wejścia w różnych elewacjach;
 - 4) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lub ust. 2 pkt 8, na jednej wybranej elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że:

- a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju tablica spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 24 ust. 2 pkt 4;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju tablica spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 24 ust. 2 pkt 5;
- 5) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 10, na każdą markizę umieszczoną na jednej wybranej elewacji budynku, w której lokal ma wejście.
5. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie budynku frontowego położonego na Obszarze 4 dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, zainstalowanego na licu elewacji, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego – jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. a, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5.
6. W przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianego jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dla działalności prowadzonej w budynku położonym na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4, usytuowanego na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 2,0 m, wysokości całkowitej do 7,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 2,0 m i wysokości do 6,0 m (z założeniem podziału powierzchni ekspozycyjnej na segmenty w ilości odpowiadającej poszczególnym działalnościami), zlokalizowanym na nieruchomości z zachowaniem co najmniej 1,0 m odległości od granicy działki; w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie i gabarytach;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6, dla wybranej działalności prowadzonej na terenie nieruchomości, usytuowanego na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 2,0 m, wysokości całkowitej do 7,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 2,0 m i wysokości do 6,0 m; w przypadku gdy dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, drugiego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 6 dla innej działalności.
7. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonych na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 6 oraz dodatkowo dopuszcza się:
- 1) jeden szyld wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lub ust. 2 pkt 8, na jednej wybranej elewacji budynku, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 24 ust. 2 pkt 4;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 24 ust. 2 pkt 5;
 - 2) jeden szyld wymieniony w punkcie ust. 2 pkt 9, dla jednej wybranej elewacji budynku, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 9 i § 19 ust. 2 pkt 6.
8. Dla obiektu sportowego o powierzchni użytkowej powyżej 6000 m² i terenów sportowych o powierzchni terenu przekraczającej 15 000 m², położonych na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 6 oraz dodatkowo dopuszcza się maksymalnie:

- 1) dwa szyldy wymienione w ust. 2 pkt 3, dla jednej budowli sportowej posiadającej trybuny;
- 2) jeden szyld spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 lub ust. 2 pkt 8, na jednej wybranej elewacji budynku lub budowli sportowej przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 24 ust. 2 pkt 4;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 8 i § 24 ust. 2 pkt 5;
- 3) jeden szyld wymieniony w ust. 3 pkt 1 dla całego terenu nieruchomości;
- 4) dziesięć szyldów wymienionych w ust. 3 pkt 2.
9. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 13.
10. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 14.
11. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 15.
12. Dla kramu ulicznego, zlokalizowanego na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 16.

ROZDZIAŁ 3

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 24.1. Na Obszarze 4, dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:

- 1) na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 4, ust. 6 pkt 1, ust. 7 pkt 1 oraz ust. 11;
- 2) na ogrodzeniu;
- 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
- 4) jako tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące.
2. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na obiekcie zlokalizowanym na Obszarze 4, z uwzględnieniem ust. 4, ust. 6 pkt 1, ust. 7 pkt 1, oraz ust. 9 – 11;
 - 1) reklama równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, usytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę) lub elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego; w przypadku braku pasa reklamowego dopuszcza się lokalizację w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części lub od strony wewnętrznej, wycofanych o nie mniej niż 0,2 m, dopasowanych do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - b) gablota ekspozycyjna elewacyjna, w formie stylizowanej, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabloty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gabloty na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku; witryny powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
 - c) gablota ekspozycyjna elewacyjna, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie plakatu „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot ekspozycyjnych o ujednoczonej formie zewnętrznej;

- d) grupa tablic pełnych, usytuowanych na koronie stadionu, o wysokości całkowitej nie większej niż 3,5 m, w formie tablic jednostronnych, zwróconych powierzchnią służącą ekspozycji reklamy w stronę boiska; nakazuje się ujednoczenie reklam w zakresie wysokości powierzchni służącej ekspozycji reklamy oraz materiałów;
 - e) grupa tablic pełnych, usytuowanych na barierkach widowni stadionu, o wysokości całkowitej nie większej niż wysokość bariery oraz elementu konstrukcyjnego pod nią, w formie tablic jednostronnych, zwróconych powierzchnią służącą ekspozycji reklamy w stronę boiska; nakazuje się ujednoczenie reklam w zakresie wysokości powierzchni służącej ekspozycji reklamy oraz materiałów;
 - f) ekran świetlny reklamowy, w formie panelu, ekranu świetlnego lub wyświetlacza LED, TFL, LCD, digital, telebimu, montowanego na budynku lub budowli sportowej, jedyne od strony boiska;
 - g) znaki na lambrekinach markiz, w formie znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu, o wysokość nie większej niż 0,15 m; wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane;
 - h) reklamowa siatka ochronna, sytuowana na rusztowaniach, wyłącznie na w okresie realizacji robót budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej bądź rozbudową, nadbudową, zmianą konstrukcji dachu lub wyminą jego poszycia, jeżeli powyższe prace wymagają zabezpieczenia danej elewacji frontowej, na okres do 8 miesięcy; powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;
 - i) wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, na elementach przeszklonych elewacji, informujące o sprzedaży lub wynajmie lokalu lub nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
 - pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,25 m²;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy jedynie na przeszkleniach okien, witryn i drzwi sprzedawanego lokalu;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy powyżej poziomu parteru, o ile lokal lub nieruchomość posiada okna, witrynę lub drzwi w tej kondygnacji;
 - dla jednego lokalu lub nieruchomości dopuszcza się maksymalnie jedną reklamę dla każdej elewacji, w której lokal ma okno, witrynę lub drzwi;
- 2) reklama równoległa, naklejana na szklenia elewacji, zainstalowana na budynku jako wyklejenie, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 3) reklama prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako flaga elewacyjna typu B, umocowana na konstrukcji kotwionej w elewacji, rozmieszczona prostopadle do jej lica, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nieprzekraczającym 0,6 m²; dolna krawędź flagi musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu; w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
- 4) reklama główna równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane na elewacji:
- a) poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż:
 - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m;

- $\frac{1}{6}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m;
 - $\frac{1}{8}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m;
 - $\frac{1}{10}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m;
- b) powyżej zwieńczenia elewacji, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków, a wysokość znaków będzie nie większa niż:
- $\frac{1}{5}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m;
 - $\frac{1}{6}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m;
 - $\frac{1}{8}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m;
 - $\frac{1}{10}$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m;
- 5) reklama główna prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako:
- a) znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
- odległość krańca tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
- b) flaga elewacyjna typu A, umocowana do konstrukcji kotwionej w elewacji, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku, wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi, z zastrzeżeniem, że:
- dopuszcza się maksymalnie dwa urządzenia reklamowe w formie flagi elewacyjnej typu A na każde dostępne publicznie wejście do budynku;
 - krawędź flagi musi znajdować się w odległości minimum 0,2 m od najbliższego elementu elewacji;
 - dolna krawędź minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - górna krawędź poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki,
 - odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać: 0,6 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, 0,8 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m,
 - w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;
 - odległość pomiędzy flagą a najbliższym szyldem prostopadłym nie może być mniejsza niż 1,0 m;

- 6) kompozycja tablic i urządzeń reklamowych, zainstalowana na elewacji budynku powyżej poziomu parteru jako grupa składająca się z pojedynczych tablic i urządzeń reklamowych, w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych, z zastrzeżeniem, że:
 - a) jednostkowe pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczej tablicy lub urządzenia reklamowego wchodzącego w skład grupy nie będzie większe niż 3,0 m²;
 - b) kompozycja będzie stanowić zwarty układ w obrębie elewacji, na ścianach szczytowych bądź gładkich powierzchniach ścian przeznaczonych do ich ekspozycji, o ile poszczególne elementy nie przysłaniają otworów okiennych i drzwiowych;
 - c) poszczególne tablice i urządzenia reklamowe wchodzące w skład kompozycji powinny być ujednolicone pod względem wielkości, materiału i formy urządzenia reklamowego;
 - d) powierzchnia służąca ekspozycji reklamy kompozycji tablic i urządzeń reklamowych nie może być większa niż 20% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru, na której jest umieszczona.
3. Rodzaje wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na Obszarze 4, z uwzględnieniem ust. 5, ust. 6 pkt 2, ust. 7 pkt 2 oraz ust. 8:
 - 1) reklama trwale związana z gruntem jako:
 - a) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 30 m; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablót stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej; dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej;
 - b) gablota ekspozycyjna, określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 50m, dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablót stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
 - c) słup ogłoszeniowo-reklamowy, o maksymalnej, całkowitej wysokości do 4,0 m, o szerokości boku prostopadłościanu lub średnicy walca do 1,5 m mierzonej na wysokości części ekspozycyjnej; minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, określa się na nie mniejsze niż 50 m; dopuszcza się wyłącznie słupy o jednakowej kolorystyce czapy i cokołu: szary;
 - d) billboard, o maksymalnym polu ekspozycji reklamy wynoszącym 18m², wysokości 8,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - dolna pozioma krawędź billboardu nie może znajdować się niżej niż 2,5 m od poziomu terenu;
 - urządzenie należy sytuować pod kątem w stosunku do frontu działki, mieszczącym się w przedziale od 60° do 90°;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy frontu działki równej 1,0 m;
 - minimalna szerokość frontu terenu, na którym dopuszcza się usytuowanie urządzenia reklamowego, to 70,0 m;
 - urządzenie należy lokalizować w odległości co najmniej 35,0 m od skrajnych punktów frontu terenu;
 - w przypadku terenu, którego front stanowi wielokrotność wskazanej minimalnej szerokości, dopuszcza się lokalizację kolejnego billboardu, w odległości nie mniejszej niż 70,0 m od poprzedniego billboardu, mierzonej w linii równoległej do frontu terenu;

- dopuszcza się możliwość sytuowania zamiennie dla urządzenia reklamowego o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 18 m² maksymalnie czterech urządzeń reklamowych o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 4,5 m² każde i wysokości do 3 m;
 - e) flaga reklamowa typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowana do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 10,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - maszt nie może być wyższy niż najwyższy budynek znajdujący się na danej nieruchomości;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
 - nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie trzy maszty, w granicach jednej nieruchomości;
 - f) flaga reklamowa typu C, o maksymalnym wymiarze 4,0 x 2,0 m, w układzie pionowym, umocowana do masztu flagowego o maksymalnej wysokości 10,0 m, z zastrzeżeniem, że:
 - nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych, reklamowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich;
 - urządzenie należy sytuować w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
 - dopuszcza się sytuowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie dziesięć masztów, w granicach jednej nieruchomości;
 - g) totem reklamowy, o maksymalnej wysokości 25,0 m i minimalnej odległości pomiędzy urządzeniami mniejszej niż 100,0 m; określa się minimalną odległość od granicy działki równą 1,0 m;
 - h) pylon reklamowy lub pylon cenowy, o maksymalnej wysokości 7,0 m, maksymalnej szerokości 2,0 m i maksymalnym polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy 20 m²; określa się minimalną odległość pomiędzy urządzeniami nie mniejszą niż 50,0 m oraz minimalną odległość od granicy działki równą 1,0 m;
 - i) znaki przestrzenne, o maksymalnej wysokości 3,0 m, będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej; pod warunkiem że założenie ma charakter wielkopowierzchniowy, a wspomniane znaki stanowią element aranżacji zagospodarowania przestrzeni integralny z otoczeniem;
 - j) tablica kierunkowa, w formie tablicy płaskiej, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, o standardowym wymiarze 0,80 x 1,25 m, w układzie pionowym, umieszczoną na słupie oświetleniowym, wyłącznie dla działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
 - k) ekran świetlny, reklamowy, w formie panelu, ekranu świetlnego lub wyświetlacza LED, TFL, LCD, digital, telebimu, umieszczonego jedynie w obrębie stadionu i zwróconego powierzchnią służącą ekspozycji reklamy w stronę boiska;
- 2) reklama przenośna, jako grupa tablic pełnych, usytuowanych wokół boiska, dwustronnych, o wysokości powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że poszczególne tablice usytuowane wokół jednego boiska będą ujednolicone w zakresie wysokości i kąta pochylenia powierzchni służącej ekspozycji reklamy oraz materiałów;
 - 3) reklama okolicznościowa dotycząca wydarzeń odbywających się na danym terenie, w miejscu organizowania wydarzeń jako:

- a) ekspozytor;
 - b) stojak reklamowy;
 - c) winder;
 - d) nośnik pneumatyczny;
 - e) baner okolicznościowy;
 - f) ekran projekcyjny reklamowy i ekran świetlny reklamowy, bez zachowania przerwy pomiędzy kolejnymi ekspozycjami.
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, położonego na Obszarze 4 dopuszcza się reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. a – b, ust. 2 pkt 1 lit. g oraz ust. 2 pkt 2 – 5, z zastrzeżeniem, że:
- 1) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 23 ust. 2 pkt 7;
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 5 i § 23 ust. 2 pkt 8.
5. Dla całego Obszaru 4 dopuszcza się reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. a, ust. 3 pkt 1 lit. c – e, ust. 3 pkt 1 lit. g – j, oraz ust. 3 pkt 3.
6. Dla budynku użyteczności publicznej, o łącznej powierzchni użytkowej przekraczającej 1000 m², położonego na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się:
- 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. b, oraz ust. 2 pkt 6, z zastrzeżeniem, że na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 6 i § 23 ust. 2 pkt 9;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. b.
7. Dla obiektu sportowego o powierzchni użytkowej powyżej 6000 m² i terenów sportowych, o powierzchni terenu przekraczającej 15 000 m², położonych na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy:
- 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. d – f;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. b, ust. 3 pkt 1 lit. f, ust. 3 pkt 1 lit. k oraz ust. 3 pkt 2.
8. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 4 stosuje się zapisy jak w § 9 ust. 10.
9. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w § 9 ust. 11.
10. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w § 9 ust. 12.
11. Dla wszystkich obiektów położonych na Obszarze 4 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. h – i.

ROZDZIAŁ 4

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury

§ 25. Dla Obszaru 4 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:

- 1) Dla obiektów małej architektury nakazuje się:
 - a) zastosowanie dla elementów wyposażenia powtarzalnego materiałów trwałych;
 - b) zastosowanie następujących materiałów: kamień, beton polimerowy gładki lub z kruszywem kamiennym, płukanym, o frakcji 2-5 mm, drewno o twardości minimalnej

50 MPa i zwartym usłojeniu, szkło klejone lub hartowane oraz dla widocznych części metalowych stal nierdzewną, malowaną proszkowo (farby proszkowe, drobnostrukturalne, o nawierzchni matowej) lub stal kortenowską, aluminium anodowane lub malowane, blachę tytanową oraz żeliwo malowane;

- c) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;
- d) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych, o minimalnym stopniu zaczerwienienia 50%, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi; zapis nie dotyczy obiektów służące codziennej rekreacji, stanowiących wyposażenie placów zabaw, siłownie;
- e) zastosowanie dla elementów wyposażenia pasa drogowego, dla których kolorystyka nie jest określona w przepisach odrębnych, barw wskazanych w lit. c;
- f) lokalizację pojemników na odpady oraz używaną odzież w bezpośrednim sąsiedztwie obiektów służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych lub bytowo-gospodarczych.

ROZDZIAŁ 5

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń

§ 26. Dla Obszaru 4 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) Ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
 - a) do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 1,80 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 50%, z zastrzeżeniem lit. b - c;
 - b) dla obiektów biurowych, wystawienniczo-handlowych, bazarów i targowisk do 1,50 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 50% oraz do 2,00 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 75%;
 - c) dla obiektów technicznych, produkcyjnych, składowych i magazynowych do 2,20 m przy stopniu przezierności równym lub większym niż 35% oraz do 3,00 m przy stopniu przezierności nie mniejszym niż 50%.

DZIAŁ VI

USTALENIA SZCZEGÓŁOWE DLA OBSZARU 5

ROZDZIAŁ 1

Zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach zabytkowych lub historycznych i w ich otoczeniu:

§ 27. Dla zabytkowych lub historycznych budynków, zespołów budynków, ogrodzeń oraz obiektów położonych na Obszarze 5 obowiązują ustalenia jak dla Obszaru 1, wyszczególnione w § 8 ust. 5, § 8 ust. 7, § 8 ust. 12, § 9 ust. 4 oraz § 9 ust. 9.

ROZDZIAŁ 2

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy

§ 28.1. Na Obszarze 5 dopuszcza się sytuowanie szyldów jedynie:

- 1) na elewacji budynku w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 7 pkt 1;
 - 2) na ogrodzeniu, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) na kramach ulicznych;
 - 5) jako obiekty wolnostojące, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 2.
2. Na obiektach budowlanych położonych na Obszarze 5 dopuszcza się szyldy następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 4 – 6 , ust. 7 pkt 1 oraz ust. 9 – 11:

- 1) szyld równoległy do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako:
 - a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w pasie reklamowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego;
 - b) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryn od strony zewnętrznej, w górnej jej części, dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
 - c) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy, sytuowane przy braku pasa reklamowego w świetle witryn od strony wewnętrznej, wycofane o nie mniej niż 0,2 m oraz dopasowane do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość szyldu nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła okna i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
- 2) szyld równoległy naklejany na elementach przeszklonych elewacji, zainstalowany na budynku jako wyklejenie o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi; w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetla lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 3) szyld wizytówkowy, zainstalowany na licu elewacji budynku, na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym przy pomocy śrub dystansowych jako tablica pełna, o grubości do 30 mm łącznie, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większym niż 0,25 m², z zastrzeżeniem, że:
 - a) szyld lub zestaw szyldów, którego jest częścią składową, powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczać ich szerokości;
 - b) zestaw szyldów znajdujący się na jednej nieruchomości musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, tworząc całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 4) szyld prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku jako szyld semaforowy w formie tablicy pełnej, znaku bez tła, znaku przestrzennego, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, montowany na elewacji prostopadle, w sąsiedztwie wejścia lub przejazdu bramowego, z zastrzeżeniem, że:
 - a) dolna krawędź szyldu musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - b) odległość od elewacji do krańca urządzenia reklamowego nie może przekraczać 1,2 m;
 - c) pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny urządzenia nie może przekraczać powierzchni 0,4 m² a wysokość nie może być większa niż 0,5 m;
 - d) odległość od najbliższego szyldu prostopadłego lub szyldu głównego prostopadłego nie może być mniejsza niż 1,0 m;
- 5) szyld główny równoległy, zainstalowany na pylonie wizytówkowym jako tablica pełna lub znaki bez tła, umieszczone w górnej części pylonu wizytówkowego, stanowiące łącznie z szyldami wizytówkowymi umieszczonymi na pylonie całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki i materiału;
- 6) szyld główny równoległy do lica elewacji, zainstalowany na obiekcie powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane:
 - a) na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m;

- b) na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - c) nad bramą bądź furtką prowadzącą na teren nieruchomości, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m;
- 7) szyld główny prostopadły do lica elewacji, zainstalowany na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, usytuowane poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
- a) odległość krańca tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - c) odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m;
- 8) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu jako monochromatyczne znaki bez tła, będące nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane, o wysokość nie większej niż 0,15 m.
3. Na Obszarze 5 dopuszcza się sytuowanie szyldów jako obiekty wolnostojące, następujących rodzajów, z uwzględnieniem ust. 7 pkt 2 oraz ust. 8:
- 1) szyld główny wolnostojący jako znaki przestrzenne, usytuowane na terenie nieruchomości, w miejscu widocznym z przestrzeni dostępnej publicznie, o wysokości znaków nie przekraczającej 4,5 m; dolna krawędź szyldu nie może być niżej niż 2,5 m nad poziomem terenu.
4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku położonego na Obszarze 5 dopuszcza się sytuowanie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. a, na jednej wybranej elewacji budynku przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, w której lokal ma witrynę, okno lub drzwi lub jednego szyldu wybranego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 1 lit. b – c lub ust. 2 pkt 2, na każdą witrynę, okno lub drzwi w jednej wybranej elewacji budynku przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie;
 - 2) jednego szyldu z ust. 2 pkt 3, zainstalowanego na licu elewacji budynku, w pobliżu wejścia do lokalu;
 - 3) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4 lub dwóch jednakowych szyldów jak wyżej, jeśli lokal posiada dwa osobne publicznie dostępne wejścia w różnych elewacjach przyległych do przestrzeni dostępnej publicznie;
 - 4) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 8, na jedną markizę umieszczoną na jednej wybranej elewacji budynku przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, w której lokal ma wejście.
5. Dla działalności prowadzonych poza parterem elewacji przyległej do przestrzeni dostępnej publicznie budynku frontowego położonego na Obszarze 5 dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
- 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 3, zainstalowanego na licu elewacji, w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego;
 - 2) dla jednej wybranej działalności dostępnej z podwórza lub przejazdu bramowego - jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 1 lit. a, usytuowanego nad przejazdem bramowym lub jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 4.

6. W przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianego jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dla działalności prowadzonej w budynku położonym na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się umieszczenie maksymalnie:
 - 1) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 3, usytuowanego na ogrodzeniu pełnym, murowanym lub na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 4,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 3,0 m (z założeniem podziału powierzchni ekspozycyjnej na segmenty w ilości odpowiadającej poszczególnym działalnościami), zlokalizowanym na nieruchomości z zachowaniem co najmniej 1,0 m odległości od granicy działki; w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5, dla wybranej działalności prowadzonej na terenie nieruchomości, usytuowanego na pylonie wizytówkowym o szerokości całkowitej do 1,0 m, wysokości całkowitej do 4,0 m oraz polu powierzchni ekspozycji reklamy szerokości do 1,0 m i wysokości do 3,0 m; w przypadku gdy dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarytach i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości, drugiego szyldu wymienionego w ust. 2 pkt 5 dla innej działalności.
7. Dla obiektów ogrodów zoologicznych położonych na Obszarze 5 stosuje się zasady jak w ust. 5 – 6 oraz dodatkowo dopuszcza się szyldy w liczbie:
 - 1) jednego szyldu spośród wymienionych w ust. 2 pkt 6 – 7 dla każdego publicznie dostępnego wejścia na teren nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 6 i § 29 ust. 2 pkt 4;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 7 i § 29 ust. 2 pkt 5;
 - 2) jednego szyldu wymienionego w ust. 3 pkt 1 dla całego terenu nieruchomości widocznego z przestrzeni dostępnej publicznie.
8. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 13.
9. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 14.
10. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 15.
11. Dla kramu ulicznego zlokalizowanego na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w § 8 ust. 16.

ROZDZIAŁ 3

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 29.1. Na Obszarze 5 dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:

- 1) na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, z uwzględnieniem ust. 6 pkt 1 oraz ust. 10;
 - 2) na ogrodzeniu;
 - 3) na obiektach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych;
 - 4) jako tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące.
2. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na obiekcie zlokalizowanym na Obszarze 5, z uwzględnieniem ust 4, ust. 6 pkt 1 oraz ust. 8 – 10:
 - 1) reklama równoległa do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako:

- a) znaki bez tła, znaki przestrzenne, kaseton reklamowy lub neon reklamowy usytuowane nad witryną lokalu lub przejazdem bramowym, w osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy, o wysokości nie większej niż 75% pasa reklamowego; w przypadku braku pasa reklamowego dopuszcza się lokalizację w świetle witryny od strony zewnętrznej, w górnej jej części, lub od strony wewnętrznej, wycofanych o nie mniej niż 0,2 m, dopasowanych do podziałów stolarki/ślusarki, jeśli wysokość urządzenia reklamowego nie przekracza 0,5 m, a powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie stanowi więcej niż 20% powierzchni światła otworu i całkowicie zawiera się w granicach ościeża otworu;
- b) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, w formie stylizowanej, umieszczona w odległości do 1,0 m od wejścia do lokalu lub budynku; pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,5 m²; lokalizacja gabłoty nie może przesłaniać detalu elewacji; dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gabłoty na każde publicznie dostępne wejście do lokalu lub budynku; witryny powinny być sytuowane symetrycznie względem danego wejścia;
- c) gabłota ekspozycyjna elewacyjna, o rozmiarze „Eurosize”, sytuowana bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku; dopuszcza się lokalizację układu kilku gabłot ekspozycyjnych o ujednocionej formie zewnętrznej;
- d) informacja o sponsorach w formie tablicy pełnej lub znaków przestrzennych, sytuowanych na budynku, ogrodzeniu, o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy nie większym niż 0,5 m²;
- e) znaki na lambrekinach markiz, w formie znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem sponsora wyposażenia lokalu, o wysokość nie większej niż 0,15 m; wyłącznie w formie monochromatycznej, w szczególności w odcieniach szarości lub barw zaczerpniętych z obiektu, przy którym są usytuowane;
- f) reklamowa siatka ochronna, sytuowana na rusztowaniach, wyłącznie na w okresie realizacji robót budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej bądź rozbudową, nadbudową, zmianą konstrukcji dachu lub wyminą jego poszycia, jeżeli powyższe prace wymagają zabezpieczenia danej elewacji frontowej, na okres do 8 miesięcy; powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;
- g) wyklejenie w formie monochromatycznych znaków bez tła, na elementach przeszklonych elewacji, informujące o sprzedaży lub wynajmie lokalu lub nieruchomości, z zastrzeżeniem, że:
- pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie może być większe niż 0,25 m²;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy jedynie na przeszkleniach okien, witryn i drzwi sprzedawanego lokalu;
 - dopuszcza się lokalizację reklamy powyżej poziomu parteru, o ile lokal lub nieruchomość posiada okna, witrynę lub drzwi w tej kondygnacji;
 - dla jednego lokalu lub nieruchomości dopuszcza się maksymalnie jedną reklamę dla każdej elewacji, w której lokal ma okno, witrynę lub drzwi;
- 2) reklama równoległa, naklejana na szklenia elewacji, zainstalowana na budynku jako wyklejenie, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 3) reklama prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku jako flaga elewacyjna typu B, umocowana na konstrukcji kotwionej w elewacji, rozmieszczona prostopadle do jej lica, o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy nieprzekraczającym 0,6 m²; dolna krawędź flagi musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu; w przypadku lokalizacji dwóch flag elewacyjnych należy je sytuować symetrycznie względem wejścia do budynku;

- 4) reklama główna równoległa do lica elewacji zainstalowana na obiekcie powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne podświetlone lub neon reklamowy, usytuowane:
 - a) na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, poniżej górnej krawędzi, dopasowane do podziałów architektonicznych elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m;
 - b) na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie, powyżej zwieńczenia elewacji, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m, z zastrzeżeniem, że dolna krawędź tablicy lub urządzenia reklamowego nie będzie oddalona od krawędzi elewacji o więcej niż 0,5 wysokości znaków;
 - c) nad bramą bądź furtką prowadzącą na teren nieruchomości, o wysokości znaków nie większej niż 1,0 m;
 - 5) reklama główna prostopadła do lica elewacji, zainstalowana na budynku powyżej poziomu parteru jako znaki bez tła, znaki przestrzenne lub neon reklamowy, usytuowane poniżej górnej krawędzi elewacji, dopasowane do podziałów architektonicznych, z zastrzeżeniem, że:
 - a) odległość krawędzi tablicy lub urządzenia reklamowego od elewacji nie może być większa niż 1,2m;
 - b) dolna krawędź musi znajdować się minimum 2,5 m nad poziomem terenu;
 - c) odległość tablicy lub urządzenia reklamowego od najbliższego szyldu prostopadłego nie będzie mniejsza niż 1,0 m.
3. Rodzaje wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy dopuszczone do sytuowania na Obszarze 5, z uwzględnieniem ust. 5, ust. 6 pkt 2 oraz ust. 7:
- 1) reklama trwale związana z gruntem jako:
 - a) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 30 m; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablote stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej; dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej;
 - b) gablota ekspozycyjna, określa się minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, nie mniejsze niż 50m, dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablote stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
 - c) informacja o sponsorach w formie tablicy pełnej lub znaków przestrzennych, sytuowanych jako obiekty wolnostojące, o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy nie większym niż 0,5 m²;
 - d) słup ogłoszeniowo - reklamowy, o maksymalnej, całkowitej wysokości do 4,0 m, o szerokości boku prostopadłościanu lub średnicy walca do 1,5 m mierzonej na wysokości części ekspozycyjnej; minimalne odległości pomiędzy urządzeniami, określa się na nie mniejsze niż 50 m; dopuszcza się wyłącznie słupy o jednakowej kolorystyce czapy i cokołu: szary;
 - e) znaki przestrzenne, o maksymalnej wysokości 3,0 m, będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej; pod warunkiem że założenie ma charakter wielkopowierzchniowy, a wspomniane znaki stanowią element aranżacji zagospodarowania przestrzeni integralny z otoczeniem;
 - f) tablica kierunkowa, w formie tablicy płaskiej, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, o standardowym wymiarze 0,80 x 1,25 m, w układzie pionowym,

- umieszczoną na słupie oświetleniowym, wyłącznie dla działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
- 2) reklama okolicznościowa dotycząca wydarzeń odbywających się na danym terenie, w miejscu organizowania wydarzeń jako:
 - a) ekspozytor;
 - b) stojak reklamowy;
 - c) winder;
 - d) nośnik pneumatyczny;
 - e) baner okolicznościowy;
 - f) ekran projekcyjny reklamowy i ekran świetlny reklamowy, bez zachowania przerwy pomiędzy kolejnymi ekspozycjami.
 4. Dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego, położonego na Obszarze 5 dopuszcza się reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. a – b, ust. 2 pkt 1 lit. e oraz ust. 2 pkt 2 – 3.
 5. Dla całego Obszaru 5 dopuszcza się reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. a, ust. 3 pkt 1 lit. d – g, oraz ust. 3 pkt 2.
 6. Dla terenów ogrodów zoologicznych położonych na Obszarze 4 stosuje się zasady jak w ust. 4 – 5 oraz dodatkowo dopuszcza się:
 - 1) reklamę na budynku jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. c – d, oraz ust. 2 pkt 4 – 5, z zastrzeżeniem, że:
 - a) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 4 i § 28 ust. 2 pkt 6;
 - b) na jednej elewacji dopuszcza się sytuowanie tablicy lub urządzenia reklamowego tylko jednego rodzaju spośród wymienionych w ust. 2 pkt 5 i § 28 ust. 2 pkt 7;
 - 2) reklamę wolnostojącą jako tablice i urządzenia reklamowe inne niż szyldy wymienione w ust. 3 pkt 1 lit. b – c.
 7. Dla lokalu posiadającego sezonowy ogródek gastronomiczny, zlokalizowany na Obszarze 5 stosuje się zapisy jak w § 9 ust. 10.
 8. Dla kiosku o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 5 stosuje się zasady jak w § 9 ust. 11.
 9. Dla kiosku innego niż o formie stylizowanej, położonego na Obszarze 5 stosuje się zasady jak w § 9 ust. 12.
 10. Dla wszystkich obiektów położonych na Obszarze 1 dopuszcza się tablice i urządzenia reklamowe wymienione w ust. 2 pkt 1 lit. f – g.

ROZDZIAŁ 4

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury

- § 30. Dla Obszaru 5 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:
- 1) Dla obiektów małej architektury nakazuje się:
 - a) zastosowanie dla elementów wyposażenia powtarzalnego materiałów trwałych;
 - b) zastosowanie następujących materiałów: kamień, beton polimerowy gładki lub z kruszywem kamiennym, płukanym, o frakcji 2-5 mm, drewno o twardości minimalnej 40 MPa i zwartym usłojeniu, szkło klejone lub hartowane oraz dla widocznych części metalowych stal nierdzewną, malowaną proszkowo (farby proszkowe, drobnostrukturalne, o nawierzchni matowej) lub stal kortenowską, aluminium anodowane lub malowane, blachę tytanową oraz żeliwo malowane;
 - c) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;

- d) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych, o minimalnym stopniu zaczerwienienia 50%, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi; zapis nie dotyczy obiektów służące codziennej rekreacji; stanowiących wyposażenie placów zabaw, siłownie;
- e) zastosowanie dla elementów wyposażenia pasa drogowego, dla których kolorystyka nie jest określona w przepisach odrębnych, barw wskazanych w lit. D;
- f) lokalizację pojemników na odpady oraz używaną odzież w bezpośrednim sąsiedztwie obiektów służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych lub bytowo-gospodarczych.

ROZDZIAŁ 5

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń

§ 31. Dla Obszaru 5 ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
 - a) do 1,50 m przy stopniu przepuszczalności równym lub większym niż 50% oraz do 1,80 m przy stopniu przepuszczalności nie mniejszym niż 75%, z zastrzeżeniem lit. b – e;
 - b) dla rodzinnych ogródków działkowych do 1,50 m, przy stopniu przepuszczalności nie mniejszym niż 75%;
 - c) dla placów zabaw, zieleńców, ogródków jordanowskich, parków, wybiegów dla psów, szkółek roślin, ujęć wody do 1,80 m przy stopniu przepuszczalności równym lub większym niż 75%;
 - d) dla cmentarzy do 1,80 m przy stopniu przepuszczalności równym lub większym niż 35% oraz do 2,00 m przy stopniu przepuszczalności nie mniejszym niż 50%;
 - e) dla obiektów sportowych do 2,20 m przy stopniu przepuszczalności równym lub większym niż 35% oraz do 3,00 m przy stopniu przepuszczalności nie mniejszym niż 75%;

DZIAŁ VII

PRZEPISY PRZEJŚCIOWE I DOSTOSOWUJĄCE

§ 32.1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ustala się termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.

- 2. Podmiot, który przed dniem wejścia w życie uchwały umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z zakazami, zasadami i warunkami określonymi w uchwale, ma obowiązek przed upływem terminu wskazanego w ust. 1 do usunięcia istniejących niezgodności.
- 3. Usunięcie niezgodności, o którym mowa w ust. 2. może nastąpić wyłącznie w oparciu o obowiązujące, właściwe przepisy prawa.
- 4. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, których z uwagi na istniejący stan faktyczny lub prawny, nie można dostosować do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, należy rozebrać, zdemontować lub usunąć przed upływem terminu wskazanego w ust. 1.
- 5. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały przyjmuje się 10% tolerancję w zakresie gabarytów wprowadzonych zapisami uchwały.
- 6. Dla billboardów istniejących w dniu wejścia w życie uchwały, na których montaż zostało udzielone pozwolenie na budowę lub przyjęte zgłoszenie przez organ administracji architektoniczno-budowlanej, dopuszcza się możliwość zmniejszenia parametru odległości od poprzedniego billboardu, mierzonej w linii równoległej do frontu działki do wielkości 20,0 m, pod warunkiem spełnienia pozostałych zasad i warunków określonych w uchwale.

§ 33.1. Dla ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ustala się termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.

2. Podmiot, który przed dniem wejścia w życie uchwały umieścił ogrodzenie niezgodne z zakazami, zasadami i warunkami określonymi w uchwale, ma obowiązek przed upływem terminu wskazanego w ust. 1 do usunięcia istniejących niezgodności.
 3. Usunięcie niezgodności, o którym mowa w ust. 2 może nastąpić wyłącznie w oparciu o obowiązujące, właściwe przepisy prawa.
 4. Ogrodzenia, których z uwagi na istniejący stan faktyczny lub prawny, nie można dostosować do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, należy rozebrać, zdemontować lub usunąć przed upływem terminu wskazanego w ust. 1.
 5. Dla ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie uchwały przyjmuje się 10% tolerancję w zakresie gabarytów wprowadzonych zapisami uchwały.
- § 34. Dla obiektów małej architektury istniejących w dniu wejścia w życie uchwały nie ustala się terminu dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

DZIAŁ VIII

PRZEPISY KOŃCOWE

§ 35.1. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Płocka.

2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od daty jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym.