

# uchwała reklamowa informator



**procedury i zasady  
lokalizacji reklam  
na terenie Słupska**

# spis treści

<b>wstęp</b>	<b>03</b>
<b>uchwała reklamowa</b>	<b>04</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• czego dotyczy uchwała reklamowa</li><li>• co to jest reklama</li><li>• czy szyld jest formą reklamy</li><li>• terminy dostosowania nośników reklamowych do zasad i warunków określonych w uchwale reklamowej</li></ul>	
<b>procedury sytuowania reklam</b>	<b>06</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• zgłoszenie montażu reklamy</li><li>• reklama w pasie drogowym</li><li>• reklama na obiekcie lub w obszarze objętym ochroną zabytków</li><li>• reklama wymagająca uzyskania pozwolenia na budowę lub zgłoszenia w organie administracji budowlanej</li></ul>	
<b>kary finansowe</b>	<b>07</b>
za umieszczenie reklamy niezgodnie z przepisami uchwały	
<b>formy reklam na budynkach i urządzeniach</b>	<b>08</b>
<b>formy reklam wolnostojących</b>	<b>10</b>
<b>ogólne wytyczne</b>	<b>12</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• zakazy</li><li>• standardy sytuowania reklam wolnostojących</li><li>• reklama na obiekcie lub w obszarze objętym ochroną zabytków</li></ul>	
<b>zasady i warunki sytuowania szyldów</b>	<b>13</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• na budynkach zabytkowych i historycznych</li><li>• na pozostałych budynkach w obszarze I i II</li><li>• na pozostałych budynkach w obszarze III</li><li>• dla działalności prowadzonej poza parterem budynku frontowego</li></ul>	
<b>zasady i warunki sytuowania reklam na budynkach i budowlach</b>	<b>19</b>
<b>zasady i warunki sytuowania reklam wolnostojących</b>	<b>20</b>



Krajobraz miasta jest kluczowym elementem dobrobytu całego społeczeństwa, a jego ochrona i planowanie niesie w sobie prawa i obowiązki dla każdego człowieka. Odgrywa on istotną rolę dla, zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego oraz ochrony dziedzictwa kulturowego.

W obecnych czasach walka o uwagę odbiorcy, łatwość produkcji nośników reklamowych i ich dostępność doprowadziły do rozpowszechniania się zjawiska niekontrolowanego sytuowania reklam w przestrzeni miast, co w efekcie zaczęło niekorzystnie oddziaływać na estetykę miejskiej zabudowy. Podmiotom reklamującym się zależy na tym, aby format reklamy był jak największy i silnie absorbował odbiorcę jaskrawą kolorystyką. Nie możemy jednak

zapominać, że nośniki komunikacji marketingowej stały się nieodłącznym elementem przestrzeni publicznej miast. Niemożliwe zatem, ale również niepożądane, byłoby całkowite usunięcie reklam z krajobrazu miejskiego. Podstawową zasadą powinno stać się dostosowanie formy reklamy do charakteru miejsca, w którym jest sytuowana. Reklamy umieszczane w sposób przemyślany spowodują, że ich przekaz stanie się bardziej widoczny dla odbiorcy.

Kierując się zamiarem uporządkowania krajobrazu miasta, Rada Miejska w Słupsku na sesji w dniu 30 października 2019 roku podjęła uchwałę Nr XII/208/2019 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.

Celem podjęcia uchwały reklamowej jest ustalenie zasad i warunków sytuowania reklam, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury na terenie miasta mających zapewnić ochronę istniejącej struktury przestrzennej, wartościowych lub zabytkowych obiektów i układów urbanistycznych, powstrzymanie degradacji terenów otwartych oraz przeciwdziałanie zawłaszczania przestrzeni publicznych. Szklony, reklamy, ogrodzenia i obiekty małej architektury winny być projektowane w poszanowaniu istniejącego otoczenia oraz w harmonii z architekturą, której będą towarzyszyć. Dzięki wprowadzeniu w życie zasad uchwały uzyskamy spójny i czysty wizerunek miasta, niezakłócony chaotyczną, nachalną, krzykliwą reklamą, co pozwoli na podniesienie wartości wizualnej i estetycznej tkanki miejskiej. Podjęcie działań w zakresie porządkowania ładu przestrzennego spowoduje znaczącą poprawę jakości przestrzeni publicznej stanowiącej dobro wspólne mieszkańców oraz odwiedzających nasze miasto, służąc wzmocnieniu aktywności, poczucia tożsamości i przynależności jej użytkowników, a także podniesieniu ogólnej jakości życia mieszkańców.

Przedmiotowa uchwała, jako akt prawa miejscowego, stanowi istotne narzędzie realizacji polityki miasta w zakresie poprawy standardów jakościowych oraz estetyki przestrzeni publicznych, zachowania ładu przestrzennego, ochrony krajobrazu kulturowego i tożsamości miasta oraz poprawy jego wizerunku.

Prezydent Miasta Słupska  
Krystyna Danilecka-Wojewódzka

na terenie miasta Słupsku obowiązuje

## uchwała Rady Miejskiej w Słupsku Nr XII/208/2019 z dnia 30 października 2019 roku

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 wykonywane

tekst uchwały dostępny jest na BIP Słupsk <http://bip.um.slupsk> w zakładce „planowanie przestrzenne” oraz w siedzibie Wydziału Polityki Przestrzennej Urzędu Miejskiego w Słupsku, Plac Zwycięstwa 1, pokój 105

## czego dotyczy uchwała reklamowa?

### uchwała reklamowa

potoczna nazwa uchwały 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.

Uchwała reklamowa jest **aktem prawa miejscowego** i obowiązuje na terenie całego miasta (z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż minister właściwy do spraw transportu). Poza zakresem normowania przez uchwały reklamowe pozostają obiekty, które nie stanowią elementu krajobrazu. Przepisów dotyczących reklam nie stosuje się do: upowszechniania informacji trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia, informacji o charakterze religijnym, związanym z działalnością kościołów lub innych związków wyznaniowych, jeżeli tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane są w granicach terenów użytkowanych jako miejsca kultu i działalności religijnej oraz cmentarzy. Zakazy związane z ogrodzeniami nie odnoszą się do ogrodzeń autostrad i dróg ekspresowych oraz ogrodzeń linii kolejowych. Uchwała reklamowa odnosi się również do obiektów istniejących w dniu jej wejścia w życie, określa zatem terminy i zasady dostosowania istniejących, w dniu wejścia w życie uchwały, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków w niej określonych.

## co to jest reklama?

### reklama

upowszechnianie w formie wizualnej informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne

### tablica reklamowa

przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem

### urządzenie reklamowe

przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem

## czy szyld jest formą reklamy?

### tak, szyldy są formą reklamy

według definicji ustawowej - szyld, to tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajduje

## terminy dostosowania nośników reklamowych do zasad i warunków określonych w uchwale reklamowej

dla reklam istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ustalono następujące terminy dostosowania do jej ustaleń:

- dla banerów, reklam emitujących zmienne światło oraz reklam mobilnych - do 31.12.2020r. - **1 rok**
- dla pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych - do 31.12.2023r. - **4 lata**

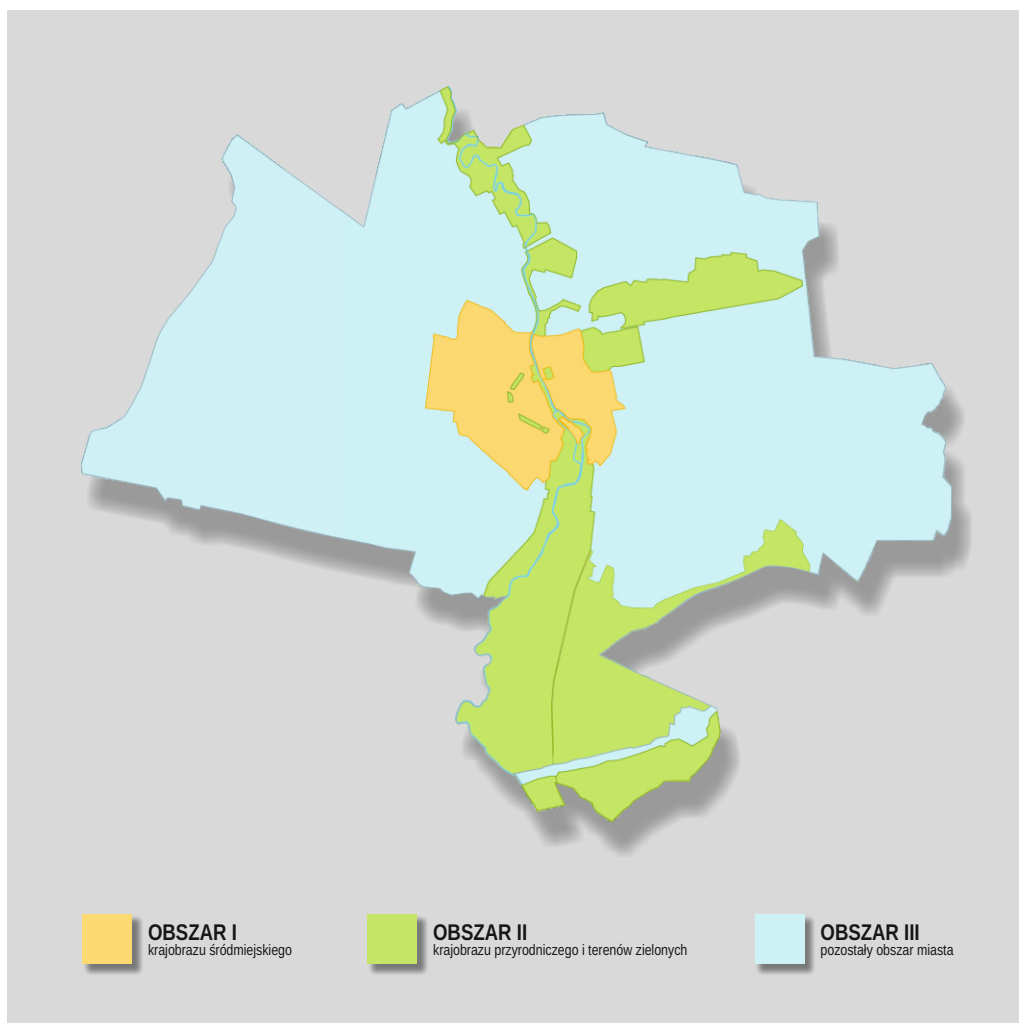
dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń ustalono następujące terminy dostosowania do jej ustaleń:

- dla ogrodzeń wykonanych z materiałów substandardowych - do 31.12.2021r. - **2 lata**
- dla pozostałych ogrodzeń - do 31.12.2024r. - **5 lat**

dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury ustalono następujące terminy dostosowania do jej ustaleń:

- dla wszystkich obiektów - do 31.12.2024r. - **5 lat**

## podział miasta na obszary o różnych ustaleniach



# procedury sytuowania reklam

## usytuowanie reklamy może wymagać:

- uzyskania decyzji zarządcy drogi na zajęcie pasa drogowego
- uzyskania pozwolenia na budowę
- zgłoszenia robót budowlanych
- uzyskania decyzji lub opinii konserwatora zabytków

Informacje o procedurach wymaganych przy lokalizacji reklam można uzyskać w następujących instytucjach:

- Zarząd Infrastruktury Miejskiej w Słupsku, ul. Przemysłowa 73  
tel. 59 841 00 91, e:mail - zim@zimslupsk.com
- Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków Delegatura w Słupsku, ul. Jaracza 6  
tel. 59 842 64 34, e:mail - slupsk@zabytki.mail.pl
- Wydział Budownictwa Urzędu Miejskiego w Słupsku, Plac Zwycięstwa 1, pokój 01  
tel. 59 848 83 23, e:mail - wb@um.slupsk.pl

## **projekt i usytuowanie każdego szyldu i każdej reklamy należy zaopiniować w Wydziale Polityki Przestrzennej UM w Słupsku**

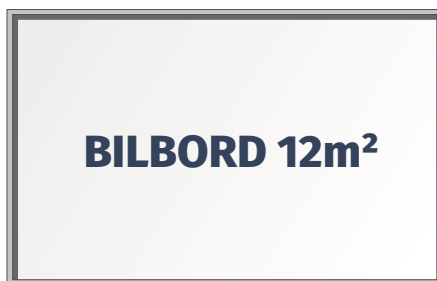
# kary finansowe

## za umieszczenie reklamy niezgodnie z przepisami uchwały

Wysokość kary uzależniona jest od stawki maksymalnej opłaty reklamowej ustalonej zgodnie z przepisami ustawy o podatkach i opłatach lokalnych oraz pola powierzchni tablicy lub urządzenia reklamowego służącej ekspozycji reklamy, wyrażonej w metrach kwadratowych. Górna granica tej stawki ustalana jest na każdy rok podatkowy przez właściwego ministra.

Wysokość kary oblicza się jak iloraz pola powierzchni reklamy w m<sup>2</sup> oraz sumy 40-krotności maksymalnej stawki części zamiennej i 40-krotności maksymalnej stawki stałej) za **każdy dzień** niezgodności tablicy lub urządzenia z przepisami uchwały reklamowej dla miasta Słupska.

### Przykładowa kara za umieszczenie reklamy na 30 dni wg stawek ustalonych na 2019 rok



opłata stała 2,54zł x 30 dni x 40 = 3048,00zł  
opłata zmienna 0,22zł x 12m<sup>2</sup> x 30 dni x 40 = 3168,00zł  
**RAZEM 6216,00zł**



opłata stała 2,54zł x 30 dni x 40 = 3048,00zł  
opłata zmienna 0,22zł x 1,5m<sup>2</sup> x 30 dni x 40 = 396,00zł  
**RAZEM 3444,00zł**

# formy reklam na budynkach i urządzeniach

w wyznaczonych obszarach (mapa obszarów na stronie 5) można umieszczać wyłącznie tablice i urządzenia reklamowe wskazane w uchwale reklamowej dla Słupska

<b>baner</b>	tablica reklamowa wykonana na miękkim podłożu, z wyłączeniem reklam umieszczonych w gablotach ekspozycyjnych
<b>bilbord</b>	tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o standardowych wymiarach powierzchni ekspozycyjnej 9m <sup>2</sup> (2,47m x 3,54m), 12m <sup>2</sup> (3,0m x 4,0m lub 2,38m x 5,04m) lub 18m <sup>2</sup> (3,0m x 6,0m) w układzie poziomym
<b>gablot</b>	urządzenie reklamowe w postaci oszklonej szafki, służące do wystawiania eksponatów oraz zamieszczania reklamy, o maksymalnej wysokości 0,75m i maksymalnej szerokości 0,5m
<b>gablot CLP</b>	oszkłone, podświetlone urządzenie reklamowe, służące do zamieszczania plakatów, o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycyjnej 1,2m x 1,8m; wolnostojące, naścienne lub stanowiące element wiaty przystankowej
<b>kaseton</b>	urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego materiału, z widniejącą na nim reklamą, które może posiadać wewnętrzne źródło światła
<b>litery i logo przestrzenne</b>	urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy napisu lub logo, nie posiadającej tła
<b>neon</b>	urządzenie reklamowe w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzące napis o treści reklamowej lub kompozycję plastyczną, zawierającą wkomponowany przekaz reklamowy
<b>reklama malowana</b>	reklama wykonana technikami malarskimi bezpośrednio na elewacji budynku lub na innym elemencie zamontowanym trwale na budynku
<b>reklama naklejana</b>	reklamę wykonaną na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych oraz naklejanej na powierzchni innych obiektów trwale związanych z gruntem
<b>siatka reklamowa</b>	reklama wykonana na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki
<b>tablica kierunkowa</b>	tablica wykonana na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, o standardowym wymiarze 0,6m x 1,0m, w układzie pionowym, umieszczona na słupie oświetleniowym, wskazująca lokalizację działalności gospodarczej
<b>tablica</b>	tablica reklamowa wykonana na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału o grubości nie większej niż 0,008m, przeznaczona do umieszczenia na budynku,
<b>wysięgnik</b>	tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe typu semafor, umieszczone prostopadle do elewacji budynku, wchodzące w przestrzeń ulicy lub podwórza, którego dolna krawędź znajduje się min. 2,5m ponad poziomem posadzki chodnika



# formy reklam na budynkach i urządzeniach



neon

## LITERY PRZESTRZENNE



## reklama malowana

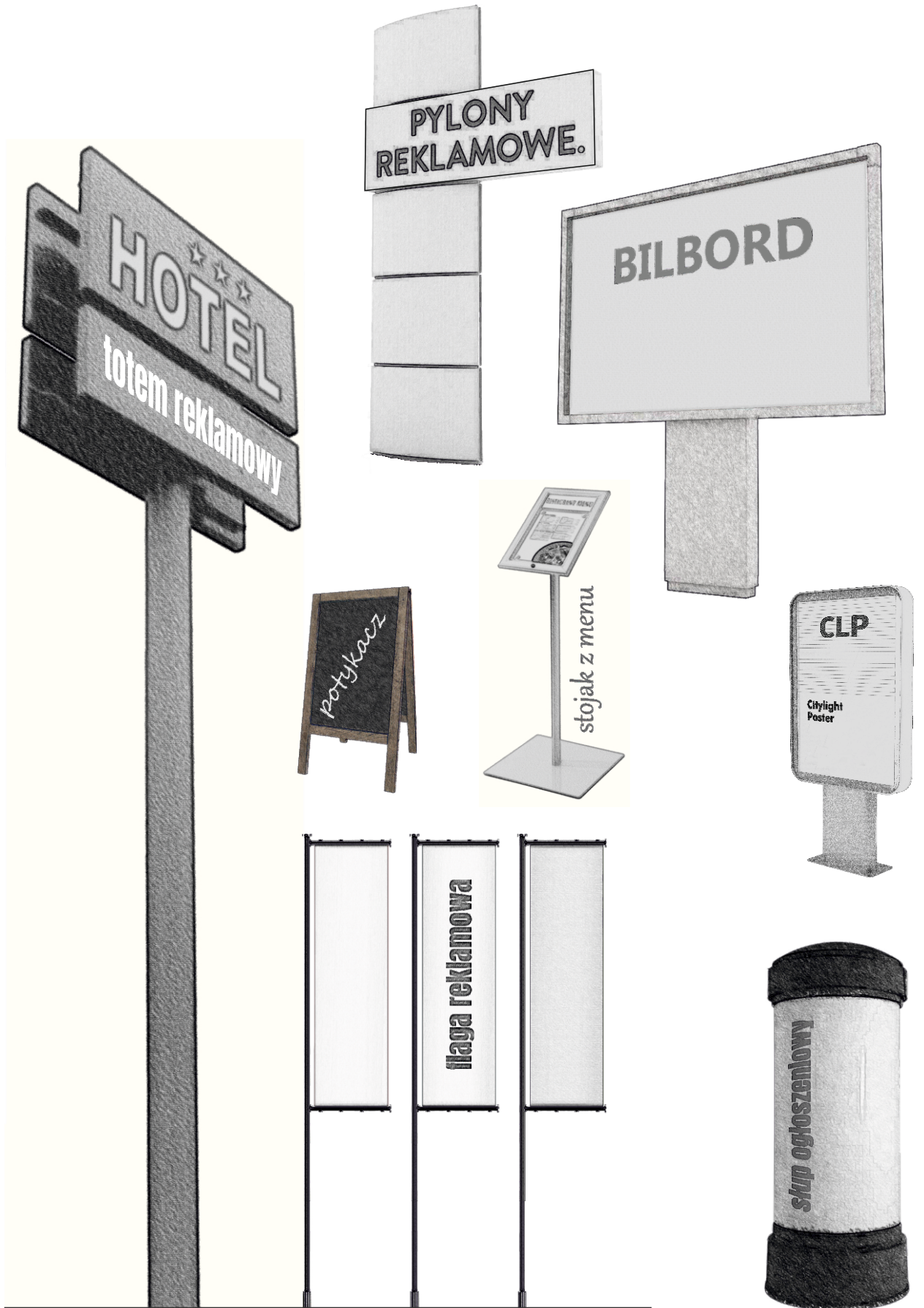
# formy reklam wolnostojących

w wyznaczonych obszarach (mapa obszarów na stronie 5) można umieszczać wyłącznie tablice i urządzenia reklamowe wskazane w uchwale reklamowej dla Słupska

<b>bilbord</b>	tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o standardowych wymiarach powierzchni ekspozycyjnej 9m <sup>2</sup> (2,47m x 3,54m), 12m <sup>2</sup> (3,0m x 4,0m lub 2,38m x 5,04m) lub 18m <sup>2</sup> (3,0m x 6,0m) w układzie poziomym, umieszczone na wolnostojącej konstrukcji
<b>ekspozytor</b>	tablica lub urządzenie w formie nietrwale związanej z gruntem, zawierające treści reklamowe lub informacyjne, przeznaczone do czasowej ekspozycji/promocji, mającej na celu zaprezentowanie swojej działalności gospodarczej lub oferty reklamowej lub kulturalnej, w tym stelaże wystawiennicze, stoiska promocyjno-reklamowe, bramy, namioty dmuchane i stelażowe, elementy dmuchane, flagi, transparenty, itp.
<b>gabłota CLP</b>	oszlone, podświetlone urządzenie reklamowe, służące do zamieszczania plakatów, o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycyjnej 1,2m x 1,8m; wolnostojące, naścienne lub stanowiące element wiaty przystankowej
<b>maszt flagowy</b>	urządzenie w postaci wysokiego słupa lub pionowej konstrukcji, bez wyodrębnionej podstawy, mocowane w gruncie, z flagą zawierającą treści reklamowe, zlokalizowane na terenie lub bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej
<b>pylon reklamowy</b>	urządzenie reklamowe o wysokości do 7,0m i szerokości do 1,6m, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla umieszczonego na nim komponentu kilku bądź kilkunastu szyldów o jednakowych gabarytach, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku
<b>słup ogłoszeniowy</b>	urządzenie reklamowe w formie walca lub opisane na innej figurze, służące do umieszczania plakatów o wydarzeniach kulturalnych, sportowych, imprezach
<b>potykacz</b>	wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną powierzchnią ekspozycyjną, o wymiarach nieprzekraczających 1,0m x 0,7m, w układzie pionowym, wystawiane w godzinach otwarcia lokalu użytkowego
<b>stojak z menu</b>	wystawiane w godzinach otwarcia tego lokalu wolnostojące urządzenie reklamowe np. w formie konstrukcji, składającej się z gabłoty lub pulpitu na stelażu lub sztaludze malarskiej, o maksymalnej wysokości 1,2m i wymiarze gabłoty lub pulpitu nie przekraczającym 0,45m x 0,55m, prezentujące menu lokalu gastronomicznego
<b>totem reklamowy</b>	urządzenie w postaci wysokiego słupa lub pionowej konstrukcji, mocowanej w gruncie, bez wyodrębnionej podstawy, o wysokości powyżej 7,0m i nie więcej niż 30,0m, w którego górnej części umieszczone jest logo reklamowanej działalności gospodarczej, widoczne co najmniej z dwóch kierunków lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic o jednakowych gabarytach, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej

**projekty szyldów oraz reklam należy zaopiniować w Wydziale Polityki Przestrzennej UM w Słupsku**

# formy reklam wolnostojących



## zakazy

### zakazuje się stosowania:

- banerów, za wyjątkiem reklamy okolicznościowej oraz stanowiących nośnik informacji na billboardzie
- murali reklamowych (z wyjątkami)
- reklam mobilnych
- reklam emitujących światło zmienne

### zakazuje się przesłania:

- okien i witryn
- detali architektonicznych
- pomników, rzeźb, tablic pamiątkowych, elementów street-artu

### zakazuje się sytuowania reklam, za wyjątkiem dozwolonych form szyldów, na:

- ogrodzeniach, balustradach, murach i konstrukcjach oporowych
- dachach budynków
- pergolach śmietnikowych
- obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej
- toaletach publicznych
- tymczasowych obiektach budowlanych, w tym kioskach, z wyjątkami gablot dopuszczonych uchwałą
- obiektach i terenach oświaty, z wyjątkiem informacji o trwającej rekrutacji
- pomnikach przyrody, drzewach, zbiornikach wodnych i wodach płynących
- obiektach małej architektury, z wyjątkiem wiat przystankowych

### reklamy wolnostojące należy sytuować w minimalnej odległości:

- 50 m od pomników, miejsc pamięci oraz pomników przyrody
- 20 m od sygnalizacji świetlnej zlokalizowanej po tej samej stronie ulicy
- 20 m od krawędzi lustra wody
- 40 m między sobą, z uwzględnieniem ustaleń dla poszczególnych obszarów miasta

dla elementów konstrukcyjnych obowiązuje kolorystyka w odcieniach „szarości, czerni lub naturalnych kolorów metalu

### zakazuje się lokalizowania reklam na budynkach zabytkowych i historycznych oraz na terenie posesji, na której zlokalizowany jest budynek zabytkowy lub historyczny

w obrębie jednej elewacji należy stosować jednolite zasady kompozycji w zakresie formy, gabarytów i lokalizacji

tablice mogą być zlokalizowane w odległości minimum 50 cm od numeru adresowego budynku i nazwy ulicy

### dopuszcza się stosowanie jedynie światła o stałym natężeniu

standardy sytuowania  
reklam wolnostojących

standardy sytuowania  
tablic reklamowych

podświetlenie

**projekty szyldów oraz reklam należy zaopiniować  
w Wydziale Polityki Przestrzennej UM w Słupsku**

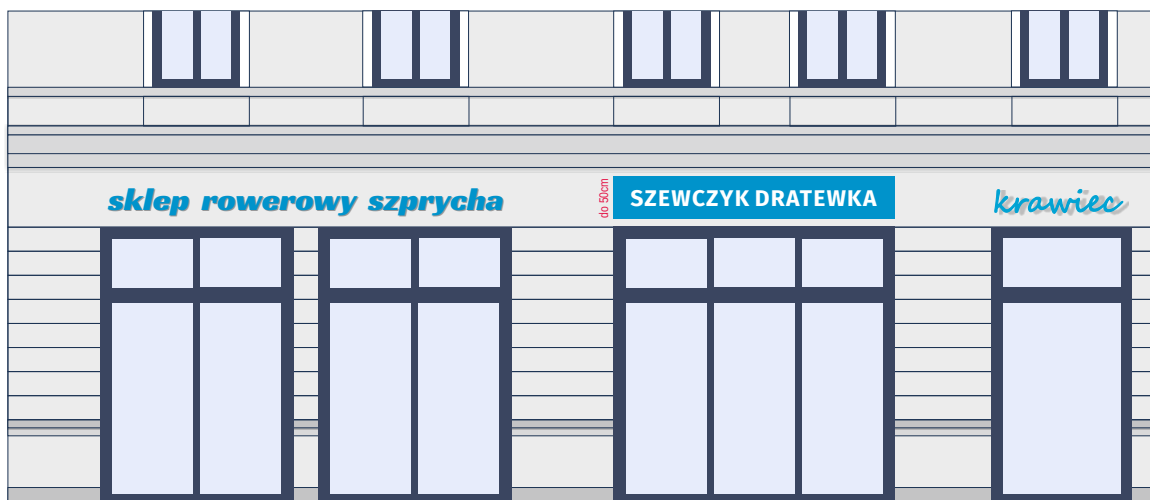
# zasady i warunki sytuowania szyldów

## tablica lub kaseton

- lokalizacja w pasie reklamowym nad witryną lub wejściem do lokalu w ich osi symetrii lub w osi symetrii grupy witryn

## neon lub litery przestrzenne - szyld ażurowy

- lokalizacja w pasie reklamowym nad witryną lub wejściem do lokalu w ich osi symetrii lub w osi symetrii grupy witryn
- jeśli brak jest pasa reklamowego, dopuszcza się umieszczenie szyldu ażurowego w świetle witryny w jej górnej części

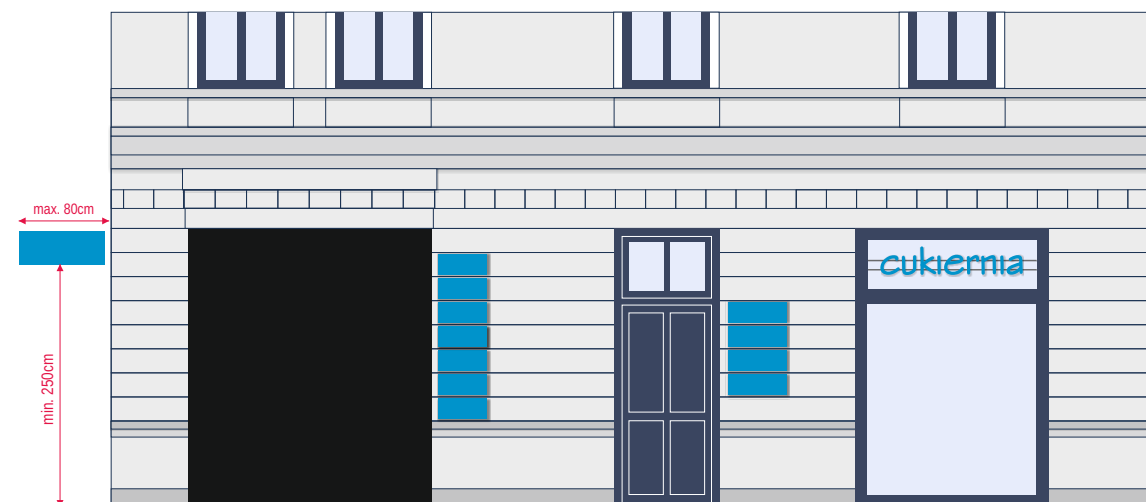


## wysięgnik - szyld semaforowy

- lokalizacja w polu pasa reklamowego, w sąsiedztwie witryny lub przejazdu bramowego
- dolna krawędź wysięgnika - kasetonu lub tabliczki - minimum 2,5m ponad poziomem posadzki chodnika

## tablica do 0,3m<sup>2</sup> - szyld wizytówkowy

- lokalizacja w pobliżu przejazdu bramowego lub na wewnętrznych ścianach przejazdu bramowego lub w pobliżu głównego wejścia do budynku
- wymiary tablicy powinny być dostosowane do wymiarów boni lub innych elementów zdobienia elewacji
- zestaw szyldów różnych podmiotów musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję



# zasady i warunki sytuowania szyldów na budynkach zabytkowych i historycznych



**szyldy należy sytuować w obszarze parteru**

# zasady i warunki sytuowania szyldów na budynkach zabytkowych i historycznych

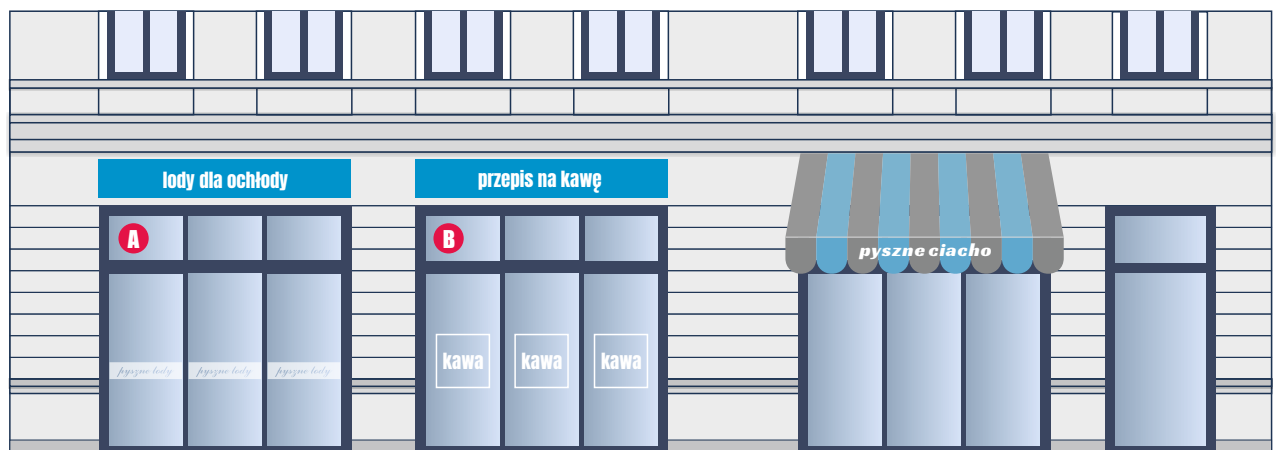
## lokal w parterze budynku frontowego z wejściem z ulicy

dopuszcza się jeden szyld wybrany z wymienionych:

- szyld równoległy do lica elewacji, w formie tablicy o powierzchni nieprzekraczającej  $0,3\text{m}^2$  (szyld wizytówkowy)
- szyld równoległy do elewacji w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub neonu bez tła, o wysokości nie większej niż  $3/4$  wysokości pasa reklamowego i jednocześnie nie wyższej niż  $0,5\text{m}$
- szyld równoległy do elewacji w formie tablicy lub kasetonu o powierzchni do  $1,0\text{m}^2$ , o wysokości nie większej niż  $3/4$  wysokości pasa reklamowego i nie przekraczającej  $0,5\text{m}$ , o szerokości równej szerokości witryny lub wejścia do lokalu
- szyld prostopadły do lica budynku, w formie wysięgnika o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej  $0,3\text{m}^2$ , o odległości od elewacji do końca wysięgnika nie większej niż  $0,8\text{m}$

oraz dodatkowo szyld w postaci:

- A** • przezroczystego napisu i loga wykonanych na matowej, półprzezroczystej folii bezbarwnej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny lub
- B** • napisu i loga wykonanych z półprzezroczystej bezbarwnej folii matowej lub z białej folii nieprzezroczystej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny nie przekraczającej  $0,8\text{m}^2$   
w przypadku wykonania szyldu naklejanego na kilku oknach lub witrynach należących do jednego lokalu musi on być identyczny na każdym oknie i każdej witrynie  
oraz
- szyldu umieszczonego na lambrekinie markizy zlokalizowanej nad witryną lub wejściem do lokalu, jeśli taka istnieje, w postaci jednokolorowego napisu, logo lub napisu i logo bez tła, o szerokości nie przekraczającej  $2/3$  szerokości markizy



dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej  $12,0\text{m}$  dopuszcza się dodatkowo sytuowanie jednego szyldu, stanowiącego nazwę obiektu, w formie liter przestrzennych, logo lub neonu bez tła

# zasady i warunki sytuowania szyldów na pozostałych budynkach

## lokal w parterze budynku frontowego z wejściem z ulicy

### Obszar I i II

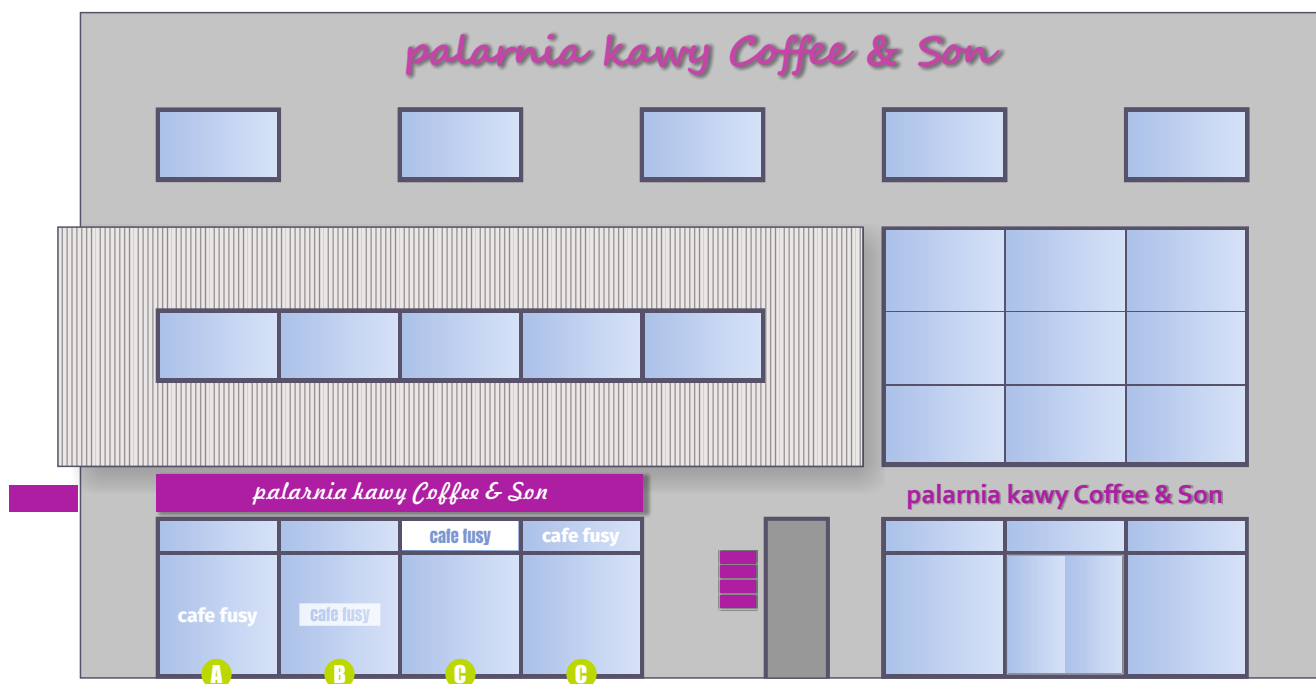
dopuszcza się dwa szyldy dla jednego lokalu wybrane z wymienionych:

- szyld równoległy do lica elewacji, w formie tablicy o powierzchni nieprzekraczającej  $0,3\text{m}^2$  (szyld wizytówkowy)
- szyld równoległy do elewacji w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub neonu bez tła oraz o wysokości nie większej niż  $3/4$  wysokości pasa reklamowego i jednocześnie nie wyższej niż  $0,5\text{m}$
- szyld równoległy do elewacji w formie tablicy lub kasetonu o powierzchni do  $1,5\text{m}^2$ , o wysokości nie większej niż  $3/4$  wysokości pasa reklamowego i nie przekraczającej  $0,5\text{m}$  oraz o szerokości równej szerokości witryny lub wejścia do lokalu
- szyld prostopadły do lica budynku, w formie wysięgnika o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej  $0,3\text{m}^2$  oraz o odległości od elewacji do krańca wysięgnika nie większej niż  $0,8\text{m}$

oraz dodatkowo szyld w postaci:

- A** • przezroczystego napisu i logo wykonanych na matowej, półprzezroczystej folii bezbarwnej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny lub
  - B** • napisu i logo wykonanych z półprzezroczystej bezbarwnej folii matowej lub z białej folii nieprzezroczystej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny nie przekraczającej  $1,2\text{m}^2$  lub
  - C** • wyklejanego napisu i logo o powierzchni do 100% górnej części witryny, pod warunkiem że jej wysokość nie jest większa niż  $1/4$  wysokości całej witryny oraz
- szyldu umieszczonego na lambrekinie markizy zlokalizowanej nad witryną lub wejściem do lokalu, jeśli taka istnieje, w postaci jednokolorowego napisu, logo lub napisu i logo bez tła, o szerokości nie przekraczającej  $2/3$  szerokości markizy

w przypadku wykonania szyldu naklejanego na kilku oknach lub witrynach należących do jednego lokalu musi on być identyczny na każdym oknie i każdej witrynie



dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej  $12,0\text{m}$  dopuszcza się dodatkowo sytuowanie

- po jednym dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na jedną elewację i jednocześnie nie więcej niż dwa na budynek, na wybranych elewacjach lub nad górną krawędzią elewacji w jej licu, wyłącznie w formie liter przestrzennych b, logo przestrzennego lub neonu bez tła
- szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących, po jednym dla jednej działalności, w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub neonu bez tła, lub w formie wysięgników



# zasady i warunki sytuowania szyldów na pozostałych budynkach

## lokal w parterze budynku frontowego z wejściem z ulicy

### Obszar III

dopuszcza się dwa szyldy dla jednego lokalu wybrane z wymienionych:

- szyld równoległy do lica elewacji, w formie tablicy o powierzchni nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup> (szyld wizytówkowy)
- szyld równoległy do elewacji w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub neonu bez tła oraz o wysokości nie większej niż 3/4 wysokości pasa reklamowego i jednocześnie nie wyższej niż 0,5m
- szyld równoległy do elewacji w formie tablicy lub kasetonu o powierzchni do 3,0m<sup>2</sup>, o wysokości nie większej niż 3/4 wysokości pasa reklamowego i nie przekraczającej 0,5m oraz o szerokości równej szerokości witryny lub wejścia do lokalu
- szyld prostopadły do lica budynku, w formie wysięgnika o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5m<sup>2</sup> oraz o odległości od elewacji do krańca wysięgnika nie większej niż 1,0m

oraz dodatkowo szyld w postaci:

- A** • przezroczystego napisu i logo wykonanych na matowej, półprzezroczystej folii bezbarwnej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny  
lub
- B** • napisu i logo wykonanych z półprzezroczystej bezbarwnej folii matowej lub z białej folii nieprzezroczystej, o powierzchni do 20% pojedynczego szklenia witryny nie przekraczającej 1,2m<sup>2</sup>  
lub
- C** • wyklejanego napisu i logo o powierzchni do 100% górnej części witryny, pod warunkiem że jej wysokość nie jest większa niż 1/4 wysokości całej witryny  
oraz
- szyldu umieszczonego na lambrekinie markizy zlokalizowanej nad witryną lub wejściem do lokalu, jeśli taka istnieje, w postaci jednokolorowego napisu, logo lub napisu i logo bez tła, o szerokości nie przekraczającej 2/3 szerokości markizy

w przypadku wykonania szyldu naklejanego na kilku oknach lub witrynach należących do jednego lokalu musi on być identyczny na każdym oknie i każdej witrynie

## DOM HANDLOWY ONYX



dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej 12,0m dopuszcza się dodatkowo sytuowanie

- po jednym dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na jedną elewację i nie więcej niż dwa na budynek, na wybranych elewacjach lub nad górną krawędzią elewacji w jej licu, wyłącznie w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego bez lub neonu bez tła
- szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących, po jednym dla jednej działalności, w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub neonu bez tła, lub w formie wysięgników

# zasady i warunki sytuowania szyldów

## dla działalności prowadzonej poza parterem budynku frontowego

### lokal usytuowany powyżej parteru budynku frontowego lokal w parterze bez bezpośredniego wejścia z ulicy

dopuszcza się jeden szyld

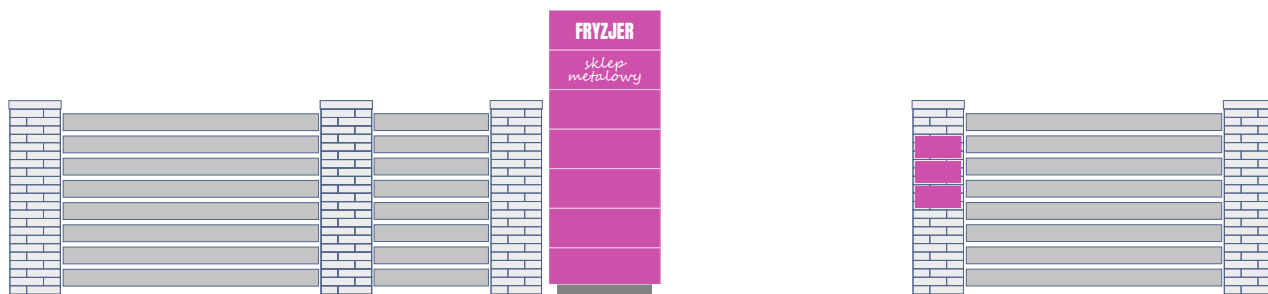
w formie tablicy równoległej do lica elewacji, o powierzchni nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup> (szyld wizytówkowy)



### lokal usytuowany poza budynkiem frontowym

dopuszcza się jeden szyld z wymienionych:

- tablica równoległa do lica elewacji, o powierzchni nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup> (szyld wizytówkowy) **usytuowana** na ścianie bocznej budynku frontowego lub na ścianie wewnętrznej przejazdu bramowego lub na elementach murowanych ogrodzenia nieruchomości (ewentualnie na przęsłach jeśli ogrodzenie nie posiada elementów murowanych)
- pylon o maksymalnej szerokości 1,0m i maksymalnej wysokości 3,0m **usytuowany** bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości



**zestaw szyldów różnych podmiotów musi być zawsze zaprojektowany w sposób kompleksowy, w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję**

# zasady i warunki sytuowania reklam na budynkach i budowlach

## OBSZAR I

maksymalnie dwie reklamy na budynku

- litery i logo przestrzenne bez tła
- gablota ekspozycyjna usytuowana przy witrynie lub wejściu do lokalu,
- reklamowej siatki ochronnej na rusztowaniach, wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych

## OBSZAR II

zakaz umieszczania reklam na budynkach i budowlach

## OBSZAR III

maksymalnie trzy reklamy na budynku

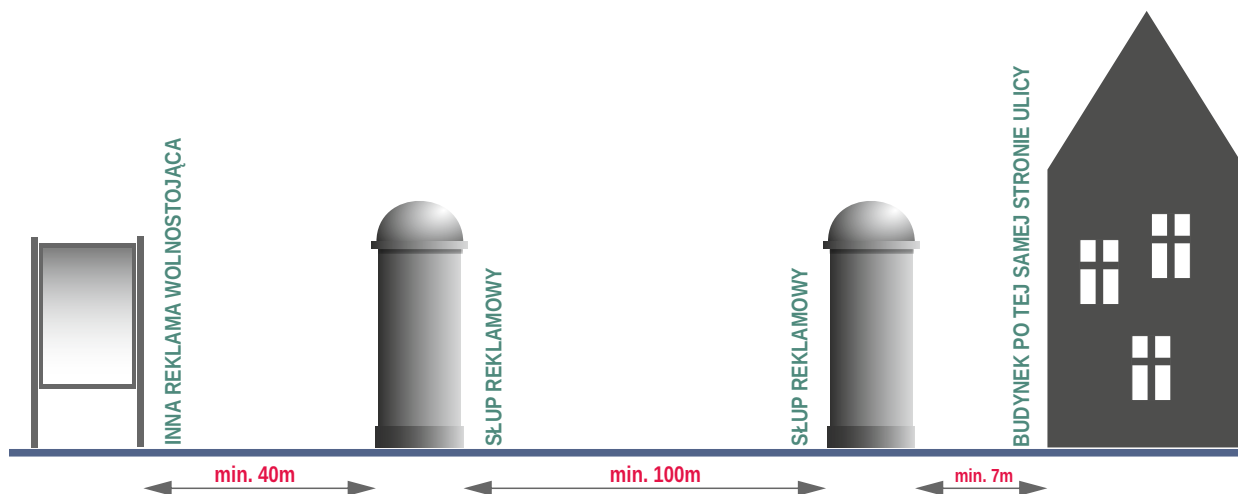
- bilbordy o powierzchni maksymalnie 18m<sup>2</sup>
- siatki reklamowe o powierzchni nieprzekraczającej 1/2 powierzchni ściany,
- tablice reklamowe, kasetony reklamowe o powierzchni nie przekraczającej 3,0m<sup>2</sup>
- gabloty ekspozycyjne lub City Light Poster
- litery i logo przestrzenne bez tła
- wysięgniki o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5m<sup>2</sup>

## zakazuje się umieszczania reklam na budynkach i obiektach zabytkowych i historycznych



# zasady i warunki sytuowania reklam wolnostojących

- słupy reklamowe oraz gabloty CLP należy sytuować w minimalnej odległości 7 m od istniejących po tej samej stronie drogi budynków (poza wyjątkami wskazanymi w uchwale)
- bilbordy oraz totemy należy sytuować w minimalnej odległości 30 m od istniejących po tej samej stronie drogi budynków
- reklamy wolnostojące trwale związane z gruntem należy sytuować w minimalnej odległości 40 m od siebie nawzajem



uchwała wskazuje minimalne odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi tego samego typu:

- 40 m dla gablot CLP (poza wyjątkami wskazanymi w uchwale)
- 100 m dla słupów reklamowych
- 100 m dla bilbordów
- 130 m dla totemów reklamowych

reklamy wolnostojące należy sytuować w minimalnych odległościach: 50 m od pomników, miejsc pamięci oraz pomników przyrody, 20 m od sygnalizacji świetlnej, umieszczonej po tej samej stronie drogi oraz 20 m od krawędzi lustra wody

