



DZIENNIK URZĘDOWY WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

Katowice, dnia 1 lutego 2024 r.

Poz. 967

UCHWAŁA NR I.7.2024 RADY MIASTA JASTRZĘBIE-ZDRÓJ

z dnia 25 stycznia 2024 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 40 z późn. zm.), art. 37a oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977 z późn. zm.), w związku z art. 66 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. poz. 1688)

mając na celu poprawę jakości życia mieszkańców, budowanie wizerunku miasta oraz właściwą ochronę i ekspozycję walorów przestrzennych, w tym w szczególności uznanie wartości historycznych dawnego

Zdroju,

Rada Miasta Jastrzębie-Zdrój

uchwała:

Rozdział 1.

Przepisy ogólne

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Jastrzębia-Zdroju obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej Uchwałą Reklamową.

§ 2. 1. Ustala się podział miasta Jastrzębia-Zdroju na 2 obszary, do których zastosowanie mają różne postanowienia, z zastrzeżeniem ust. 2:

- 1) obszar Zdroju (Zd)** – ograniczony od północy północną granicą działek ewidencyjnych o numerach 8.13-89/58, 8.12-74/26, 8.12-75/25, 8.12-76/25, 8.12-82/56, 6.2-3918/10, północną i wschodnią granicą działki nr 6.2-3917/10, wschodnią granicą działki nr 6.2-3919/27 do działki nr 6.2-3963/27, północną granicą działki nr 6.2-3963/27, 6.2-3964/27, 6.2-789/84, 8.2-147/84, 8.2-146/72, 8.2-923/25, 8.2-149/81, 8.2-924/25, 8.2-900/78; od wschodu: wschodnią granicą pasa drogowego ul. Zdrojowej, następnie południową granicą działki 8.2-900/78 do działki 8.1-1743/81, wschodnią i południową granicą działki nr 8.1-1743/81 do wschodniej granicy pasa drogowego ul. Słonecznej, wschodnią granicą pasa drogowego ul. Słonecznej i ul. Władysława Broniewskiego; od południa: południową granicą pasa drogowego ul. Armii Krajowej, północną, wschodnią i południową granicą działki nr 8.6-754/59 do działki 8.6-836/39, dalej południową granicą pasa drogowego ul. Armii Krajowej oraz południową granicą działki nr 8.6-121/52; od zachodu: zachodnią granicą pasa drogowego ul. Kasztanowej, zachodnią i północną granicą pasa drogowego ul. Lipowej, zachodnią i północną granicą działki nr 8.13-370/45 oraz zachodnią granicą działek nr 8.13-311/45 i 8.13-89/58;

2) **pozostały obszar Jastrzębia-Zdroju (JZ)** – od granic obszaru Zdrój (Zd) do granic administracyjnych miasta Jastrzębie-Zdrój.

2. W odniesieniu do tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych, w tym szyldów, **sytuowanych na elementach krajobrazu kulturowego** (zdefiniowanych w par. 4 pkt 1), niezależnie od ich położenia na którymkolwiek z obszarów wskazanych w ust. 1, zastosowanie mają postanowienia Rozdziału 3 Uchwały Reklamowej.

§ 3. Integralnymi elementami Uchwały Reklamowej są:

- 1) załącznik nr 1 do uchwały – graficzne zilustrowanie przebiegu granic obszarów określonych w § 2 ust. 1;
- 2) załącznik nr 2 do uchwały – rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Reklamowej.

Rozdział 2.

Definicje, metodyka ustalania gabarytów i liczby szyldów

§ 4. Ilekroć w Uchwale Reklamowej jest mowa o:

- 1) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym wpisane do Rejestru Zabytków w szczególności Zespół uzdrowiskowy, objęty wpisem nr A/1524/93 z dnia 30 kwietnia 1993 r.) wraz z nieruchomościami, na których się znajdują;
- 2) **elewacji budynku** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:
 - a) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - b) krawędzią górną są najwyższe położone elementy wykończeniowe ściany, attyki lub linia styku ściany z okapem połaci dachowej, a w przypadku wolnostojących budynków parterowych górna krawędź bryły budynku — dachu lub zadaszenia,
 - c) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyższym położonym punktem górnej krawędzi elewacji;
- 3) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła;
- 4) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 5) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 6) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 7) **nośniku reklamy** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową niebędącą szyldem lub urządzenie reklamowe nie będące szyldem;
- 8) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste:
 - a) biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji,
 - b) osie symetrii otworów okiennych i drzwiowych,
 - c) biegnące na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego,
 - d) krawędzie lub osie symetrii ścian,
 - e) krawędzie lub osie symetrii istotnych detali architektonicznych;
- 9) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;

- 10) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej;
- 11) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć nośnik reklamy, umieszczony tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub umieszczony tymczasowo na maksymalnie 60 dni w okresie od lipca do sierpnia) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem dostępnym publicznie;
- 12) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 13) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej – należy przez to rozumieć obowiązek trwałego związania z gruntem, poprzez:
 - a) umieszczenie fundamentu w całości lub minimum w 70% kubatury fundamentu, poniżej poziomu terenu lub
 - b) zachowanie wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;
- 14) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
 - a) zachowanie stałości obrazu,
 - b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
 - c) w zakresie jasności stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w nocy – 400 cd/m²;
- 15) **szyldach umieszczonych na dachu** – należy przez to rozumieć szyldy umieszczone powyżej elewacji, zlicowane z nią lub cofnięte względem płaszczyzny elewacji mocowane do dachu lub atyki;
- 16) **szyldach wolnostojących w systemie** – należy przez to rozumieć szyldy jednej działalności, umożliwiające realizację usługi w oparciu o wskazany ciąg komunikacyjny i niezbędne dla jej realizacji, tworzące zespół obiektów, przy równoczesnym spełnieniu warunków zawartych w niniejszej Uchwale Reklamowej;
- 17) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;
- 18) **witrynie** – należy przez to rozumieć przestrzenie otworów okiennych lub otworów drzwiowych;
- 19) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
 - a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych,
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji,
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych,

d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć;

20) **zasadzie wspólnych osi kompozycyjnych** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania różnych szyldów na elewacji budynku, w którym łączy się następujące rozwiązania kompozycyjne:

- a) w przypadku osi poziomych, szyldy te zachowują wspólną wysokość oraz są sytuowane na jednej wysokości a w przypadku spadku terenu na tym samym poziomie w odniesieniu do jednej z osi kompozycyjnych elewacji,
- b) w przypadku osi pionowych, szyldy te zachowują wspólną szerokość oraz są sytuowane w wyrównaniu do jednej osi pionowej, wynikającej z układu osi kompozycyjnych elewacji,
- c) w przypadku zastosowania wielu osi, szyldy te zachowują tę samą wysokość i szerokość, tworząc układ szachownicowy o minimum trzech wierszach lub minimum trzech kolumnach;

21) **zestawieniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w formie wolnostojącej, w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnej konstrukcji.

§ 5. 1. Ilekroć w Uchwale Reklamowej użyto pojęć zdefiniowanych w przepisach odrębnych, należy przez to rozumieć ich brzmienie, ustalone tymi przepisami, w szczególności:

- 1) przepisami z zakresu planowania i zagospodarowania: *reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe*;
- 2) przepisami prawa budowlanego: *budynek, budowla, obiekt budowlany i tymczasowy obiekt budowlany, obiekt małej architektury*.

2. Uchwała reklamowa nie narusza przepisów aktów prawa nadrzędnego, w szczególności przepisów o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami.

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

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Reklamowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej,
 - d) wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 4) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone;
- 5) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
 - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;

- dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
- b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
- 6) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy dwustronnej lub wielostronnej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

§ 7. Powierzchnię ekspozycyjną traktuje się jako jeden szyld w przypadku:

- 1) zastosowania formy ażurowej szyldu – wszystkie elementy takiego szyldu;
- 2) umiejscowienia szyldu w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej;
- 3) szyldu w formie wolnostojącej i formie wielostronnej;
- 4) szyldów wolnostojących w systemie;
- 5) szyldów na identycznych urządzeniach, o ile ilość szyldów na jednym urządzeniu nie przekracza trzech sztuk.

Rozdział 3.

Postanowienia dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elementach krajobrazu kulturowego

§ 8. 1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na elementach krajobrazu kulturowego wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości:

- 1) **w poziomie parteru** poza witrynami:
 - a) równoległe do elewacji,
 - b) prostopadle do elewacji;
- 2) **w witrynach;**
- 3) **na lambrekinach** parasoli towarzyszących ogródkom gastronomicznym.

2. Ogranicza się łączną liczbę szyldów jednej działalności prowadzonej na danej nieruchomości, stanowiącej element krajobrazu kulturowego do:

- 1) **maksymalnie 1** dla szyldów sytuowanych w Zespole Uzdrawiskowym (wpis do rejestru zabytków nr A/1524/93);
- 2) **maksymalnie 2**, dla pozostałych szyldów, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów danego rodzaju, wprowadzonej w kolejnych paragrafach;
- 3) **dodatkowo** dopuszcza się szyldy **na lambrekinach parasoli**, niezależnie od ograniczeń liczbowych z pkt 1 i 2.

3. Warunkiem świecenia, oświetlenia lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu oraz o barwie naturalnej.

§ 9. Ustala się ogólne zasady i warunki sytuowania dla szyldów na elementach krajobrazu kulturowego:

- 1) łączna powierzchnia ekspozycyjna szyldów sytuowanych na tej samej elewacji nie może przekraczać 10% powierzchni poziomu parteru;
- 2) w przypadku sytuowania szyldów 3 lub więcej działalności prowadzonych w danym budynku obowiązuje wyłącznie sytuowanie zgodnie z § 10 pkt 3 lub § 12.

§ 10. Szyldy sytuowane **na elewacjach** budynków i obiektów budowlanych o powierzchni ekspozycyjnej **równoległej** do elewacji:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla szyldów powyżej górnych krawędzi witryn oraz na ścianach nieposiadających witryn:
 - a) obowiązuje sytuowanie w poziomie parteru, ponad górną krawędzią witryn,
 - b) obowiązuje forma ażurowa,
 - c) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez wyrównanie do nich oraz sytuowanie symetrycznie względem nich,
 - d) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - e) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych,
- 3) zasady i warunki sytuowania dla szyldów sytuowanych na elewacji na poziomie witryn w poziomie parteru:
 - a) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez sytuowanie symetrycznie względem nich,
 - b) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - w granicach pojedynczych boni, poprzez dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi i z zachowaniem odległości minimum 0,1 m od istotnych detali architektonicznych oraz krawędzi otworów okiennych i drzwiowych, w tym dla otworów zakończonych łukowo 0,1 m od najwyższego punktu łuku,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - c) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych z zachowaniem maksymalnie dwóch pionowych osi kompozycyjnych na budynek;
- 4) gabaryty maksymalne:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna: 0,7 m²,
 - b) grubość: 0,04 m.

§ 11. Szyldy sytuowane **na elewacjach** budynków i obiektów budowlanych o powierzchni ekspozycyjnej **prostopadłej** do elewacji:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się formę wielostronną;
 - b) w przypadku istnienia więcej niż jednej działalności posiadającej szyldy na nieruchomości obowiązuje zestawienie zbiorcze;

3) gabaryty maksymalne:

- a) powierzchnia ekspozycyjna: 3 m²,
- b) wysokość: 0,6 m,
- c) szerokość: 0,6 m,
- d) grubość: 0,2 m.

§ 12. Szyldy sytuowane w witrynach:1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;

2) zasady i warunki sytuowania:

- a) obowiązuje forma ażurowa,
- b) dopuszcza się umieszczanie bezpośrednio na szybie z zachowaniem widoczności elementów stolarki okiennej,
- c) dopuszcza się sytuowanie formy ażurowej z możliwością przesłaniania stolarki okiennej;

3) gabaryty:

- a) wysokość: maksymalnie 0,4 m,
- b) dopuszcza się przesłanianie maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego.

§ 13. Szyldy na lambrekinach parasoli ogródków gastronomicznych:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) szyldy sytuowane zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu liczone są łącznie jako jeden szyld,
- b) warunkiem sytuowania szyldu na parasolu jest zachowanie jednolitej kolorystyki – białej, beżowej lub ecru – czaszy parasola oraz jego lambrekinów;

2) maksymalne gabaryty powierzchni ekspozycyjnej: 20% powierzchni pojedynczego lambrekinu przy zachowaniu maksymalnej wysokości nieprzekraczającej 0,2 m.

§ 14.1. Zakazuje się sytuowania nośników reklamy na elementach krajobrazu kulturowego z wyłączeniem:

1) reklamy okolicznościowej, dopuszczonej w stałych gablotach ekspozycyjnych, zgodnie z postanowieniami §15,

2) nośników reklamy na lambrekinach, dopuszczonych zgodnie z postanowieniami § 16.

2. Dopuszcza się sytuowanie reklamy okolicznościowej i reklamy wyborczej:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) w sposób nietrwale związany z gruntem, budynkiem, ogrodzeniem lub budowlą,
- b) zakaz sytuowania na drzewach,
- c) na terenie Zespołu Uzdrawiskowego (wpis do rejestru zabytków nr A/1524/93):
 - wyłącznie w gablotach ekspozycyjnych,
 - ogranicza się liczbę gablot do 3 obiektów;

2) maksymalne gabaryty powierzchni ekspozycyjnej:

- a) wysokość: 1,8 m,
- b) szerokość: 1,2 m,

3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;

4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier.

3. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy na lambrekinach parasoli ogródków gastronomicznych:

- 1) zasady i warunki sytuowania: warunkiem sytuowania na parasolu jest zachowanie jednolitej kolorystyki – białej, beżowej lub ecru – czaszy parasola oraz jego lambrekinów;
- 2) maksymalne gabaryty powierzchni ekspozycyjnej: 20% powierzchni pojedynczego lambrekinu przy zachowaniu maksymalnej wysokości nieprzekraczającej 0,2 m.

Rozdział 4.

Postanowienia dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obszarze Zdroju – szyldy

§ 15. 1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na obszarze Zdroju wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości.

2. Ogranicza się łączną liczbę szyldów jednej działalności prowadzonej na danej nieruchomości do: **maksymalnie 5**, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów danego rodzaju, wprowadzonej w kolejnych paragrafach.

3. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

§ 16. Szyldy sytuowane **na elewacjach** budynków i obiektów budowlanych:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości na każdym budynku lub na każdym obiekcie budowlanym: **2 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez wyrównanie do nich lub sytuowanie symetrycznie względem nich,
 - b) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - poza balustradami,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - c) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązują zasada wspólnych osi kompozycyjnych,
 - d) powyżej poziomu parapetów okien pierwszego piętra obowiązuje stosowanie formy ażurowej, z zastrzeżeniem lit. e,
 - e) dopuszcza się formę wielostronną dla szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna: 6 m²,
 - b) grubość szyldów sytuowanych równoległe do elewacji: 0,3 m,
 - c) szerokość i wysokość szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji: 0,8 m,
 - d) grubość szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji: 0,3 m.

§ 17. Szyldy sytuowane **w witrynach**:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **2 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się umieszczanie bezpośrednio na szybie z zachowaniem widoczności elementów stolarki okiennej,

b) dopuszcza się sytuowanie formy ażurowej mocowanej do nadproży lub ościeży z możliwością przesłaniania stolarki okiennej;

3) gabaryty: dopuszcza się przesłanianie maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego.

§ 18. Szyldy sytuowane w formie wolnostojącej:

1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld** na każdy wjazd lub wejście na posesję;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) w przypadku istnienia więcej niż jednej działalności posiadającej szyldy na nieruchomości obowiązuje zestawienie zbiorcze;

b) warunkiem sytuowania szyldów o wysokości powyżej 1 m jest trwałe związanie z gruntem,

c) dopuszcza się formę wielostronną,

d) obowiązuje zachowanie minimalnych odległości:

- od granicy z nieruchomością sąsiednią inną niż droga publiczna: 3 m,

- od ogrodzenia: 1 m,

- od budynku: 2 m;

3) gabaryty maksymalne:

a) powierzchnia ekspozycyjna: 3 m²,

b) wysokość: 4 m,

c) szerokość: 2 m,

d) grubość: 0,4 m.

§ 19. Szyldy na ogrodzeniach:

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

a) **1 szyld** zintegrowany z bramą wejściową lub furtką,

b) **1 szyld** na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem,

c) **1 szyld** mocowany bezpośrednio do ogrodzenia;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) w przypadku szyldów zintegrowanych z bramą wejściową lub furtką – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z wybranymi elementami bramy lub furtki,

b) w przypadku szyldów zintegrowanych z przęsłem ogrodzenia – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z przęsłem ogrodzenia,

c) w przypadku szyldów mocowanych bezpośrednio do ogrodzenia obowiązuje sytuowanie wyłącznie na elementach murowanych z zachowaniem zasady wspólnych osi kompozycyjnych w przypadku umieszczania na elementach murowanych,

3) gabaryty maksymalne powierzchni ekspozycyjnej:

a) szyld zintegrowany z bramą wejściową lub furtką: 2 m²,

b) szyld na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem: 0,3 m²,

c) szyld mocowany bezpośrednio do ogrodzenia: 0,2 m².

§ 20. Szyldy na urządzeniach technicznych, budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych:

1) maksymalna liczba szyldów dla każdej działalności prowadzonej na nieruchomości: **3 szyldy**;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) dopuszcza się sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej wyłącznie na elementach pionowych,

- b) dopuszcza się szyldy o zmiennej treści;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna szyldów o zmiennej treści: 0,3 m²,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna innych szyldów: nie większa niż ściana urządzenia automatycznego lub przegroda pionowa budowli, na której szyld jest sytuowany.

Rozdział 5.

Postanowienia dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obszarze Zdroju – nośniki reklamy

§ 21. 1. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy wyłącznie na zasadach i w warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach, przy spełnieniu określonych standardów sytuowania oraz przy użyciu wskazanych materiałów budowlanych.

2. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia nośników reklamy jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

§ 22. Nośniki reklamy tymczasowej:

1) dopuszcza się sytuowanie **reklamy wyborczej:**

a) zasady i warunki sytuowania:

- zakaz sytuowania na drzewach,
- zakaz sytuowania na elementach infrastruktury technicznej, związanej z funkcjonowaniem dróg publicznych,
- zakaz sytuowania na obiektach małej architektury,

b) maksymalne gabaryty:

- wysokość: 6 m,
- szerokość: 6 m,
- grubość: 6 m,

c) standardy jakościowe: zachowanie ciągłości powierzchni ekspozycyjnej,

d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier;

2) dopuszcza się sytuowanie **reklamy okolicznościowej:**

a) zasady i warunki sytuowania: zakaz sytuowania na drzewach,

b) maksymalne gabaryty:

- wysokość: 8 m,
- szerokość: 12 m,
- grubość: 8 m,

c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwałe związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego,

d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier.

§ 23. Nośniki reklamowe, sytuowane na rusztowaniu lub ogrodzeniu, związane z prowadzonymi robotami budowlanymi lub remontowymi:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) sytuowanie wyłącznie na czas trwania robót budowlanych, nie dłużej niż 2 lata z przerwą w ekspozycji, wynoszącą co najmniej 5 lat, liczone w odniesieniu do jednego budynku, ogrodzenia lub budowli,
- b) nośniki reklamowe nie mogą przekraczać krawędzi rusztowania lub ogrodzenia budowy;

- 2) standardy jakościowe: obowiązuje zachowanie ciągłości powierzchni ekspozycyjnej bez rozerwań i pęknięć;
- 3) materiały budowlane: metal lub tworzywo sztuczne.

Rozdział 6.

Postanowienia dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w pozostałym obszarze Jastrzębia Zdroju – szyldy

§ 24. 1. Dopuszcza się sytuowanie **szyldów** na obszarze pozostałym Jastrzębia-Zdroju wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości.

2. Ogranicza się łączną liczbę szyldów jednej działalności prowadzonej na danej nieruchomości do: **maksymalnie 8**, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów danego rodzaju, wprowadzonej w kolejnych paragrafach.

3. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

4. Dopuszcza się stosowanie szyldów o zmiennej treści w przypadku, gdy ich powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza gabarytów 1,2 m szerokości i 1,8 m wysokości.

§ 25. Szyldy na elewacjach budynków:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **3 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez wyrównanie do nich lub sytuowanie symetrycznie względem nich,
 - b) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - poza balustradami i kratownicami,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - c) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych,
 - d) dopuszcza się formę wielostronną dla szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji;
- 3) gabaryty:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna: wynikająca z pkt. 2;
 - b) grubość szyldów sytuowanych równoległe do elewacji: 0,3 m;
 - c) szerokość i wysokość szyldów sytuowanych prostopadle i skośnie do elewacji: 0,8 m;
 - d) grubość szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji: 0,3 m.

§ 26. Szyldy na dachu budynku:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;
- 2) zasady i warunki sytuowania: w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych z zachowaniem odległości między szyldami, wynoszącej minimum 1 m;
- 3) gabaryty maksymalne: wysokość nieprzekraczająca 1/5 wysokości elewacji.

§ 27. Szyldy sytuowane w witrynach

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **4 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się umieszczanie bezpośrednio na szybie z zachowaniem widoczności elementów stolarki okiennej,
 - b) dopuszcza się sytuowanie formy ażurowej mocowanej do nadproży lub ościeży z możliwością przesłaniania stolarki okiennej;
- 3) gabaryty: dopuszcza się przesłanianie maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego.

§ 28. Szyldy w formie wolnostojącej:

- 1) liczba maksymalna szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) **1 szyld** na każdy wjazd na posesję,
 - b) **3 szyldy** niezależne od liczby wjazdów;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w przypadku istnienia więcej niż dwóch działalności posiadających szyldy na nieruchomości obowiązuje zestawienie zbiorcze;
 - b) warunkiem sytuowania szyldów o wysokości powyżej 1 m jest trwałe związanie z gruntem,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną,
 - d) obowiązuje zachowanie minimalnych odległości:
 - od granicy z nieruchomością sąsiednią inną niż droga publiczna: 3 m,
 - od ogrodzenia: 1 m,
 - od budynku: 2 m;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) nieruchomości o powierzchni do 2000 m²:
 - powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 6 m²,
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 3 m,
 - grubość: 0,4 m,
 - b) nieruchomości o powierzchni powyżej 2000 m² lub przeznaczone w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny usług lub tereny usług i handlu:
 - powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 36 m²,
 - wysokość: 25 m,
 - szerokość: 12 m,
 - grubość: 2 m.

§ 29. Szyldy w formie wolnostojącej, sytuowane w systemie:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) do **6 szyldów** wolnostojących, stanowiących elementy tego systemu,
 - b) dopuszcza się **1 system** dla jednej działalności;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) szyldy są umieszczone wzdłuż jednego ciągu przemieszczania się klientów w odległościach nie przekraczających 20 m między poszczególnymi szyldami systemu,

- b) dopuszcza się łączenie szyldów wolnostojących w systemie z szyldami sytuowanymi na budynkach, z tym zastrzeżeniem, że szyldy na budynkach nie wliczają się w limit liczbowy wskazany w pkt 1 oraz obowiązują dla nich postanowienia jak dla szyldów na budynkach,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną;
- 3) maksymalne gabaryty każdego z szyldów systemu:
- a) 6 m wysokości,
 - b) 6 m szerokości,
 - c) 6 m grubości.

§ 30. Szyldy na ogrodzeniach:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
- a) **1 szyld** zintegrowany z bramą wejściową lub furtką,
 - b) **1 szyld** na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem,
 - c) **1 szyld** mocowany bezpośrednio do ogrodzenia;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) w przypadku szyldów zintegrowanych z bramą wejściową lub furtką – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z wybranymi elementami bramy lub furtki,
 - b) w przypadku szyldów zintegrowanych z przęsłem ogrodzenia – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z przęsłem ogrodzenia,
 - c) w przypadku szyldów mocowanych bezpośrednio do ogrodzenia obowiązują:
 - zasada wspólnych osi kompozycyjnych w przypadku umieszczania na elementach murowanych,
 - sytuowanie symetrycznie względem przęsła;
- 3) gabaryty maksymalne powierzchni ekspozycyjnej:
- a) szyld zintegrowany z bramą wejściową lub furtką: 2 m²,
 - b) szyld na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem: 0,3 m².
 - c) szyld mocowany bezpośrednio do ogrodzenia: 0,2 m².

§ 31. Szyldy na urządzeniach technicznych, budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej działalności prowadzonej na nieruchomości: **3 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) dopuszcza się sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej wyłącznie na przegrodach pionowych,
 - b) dopuszcza się szyldy o zmiennej treści;
- 3) gabaryty maksymalne:
- a) powierzchnia ekspozycyjna szyldów o zmiennej treści: 0,3 m²,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna innych szyldów: nie większa niż ściana urządzenia automatycznego lub przegroda pionowa budowli lub elementy wieńczące zadaszania wiat, na której szyld jest sytuowany.

Rozdział 7.

Postanowienia dla nośników reklamy sytuowanych na pozostałym obszarze Jastrzębia-Zdroju

§ 32. 1. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy wyłącznie na zasadach i w warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach, przy spełnieniu określonych standardów sytuowania oraz przy użyciu wskazanych materiałów budowlanych

2. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia nośników reklamy jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

3. Dopuszcza się stosowanie powierzchni ekspozycyjnej o zmiennej treści wyłącznie przy spełnieniu standardu wyświetlania i przy ograniczeniu powierzchni ekspozycyjnej do 12 m².

§ 33. Nośniki reklamy tymczasowej:

1) dopuszcza się sytuowanie **reklamy wyborczej:**

a) zasady i warunki sytuowania:

- zakaz sytuowania na drzewach,
- zakaz sytuowania na obiektach małej architektury,

b) maksymalne gabaryty:

- wysokość: 6 m,
- szerokość: 6 m,
- grubość: 6 m,

c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwałe związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;

d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier.

2) dopuszcza się sytuowanie **reklamy okolicznościowej:**

a) zasady i warunki sytuowania: zakaz sytuowania na drzewach,

b) maksymalne gabaryty:

- wysokość: 8 m,
- szerokość: 12 m,
- grubość: 8 m,

c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwałe związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;

d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier.

§ 34. Nośniki reklamy na budynkach:

1) zasady i warunki sytuowania:

a) w przypadku sytuowania na budynkach mieszkalnych i z przeważającą funkcją mieszkaniową obowiązuje zakaz sytuowania na elewacjach posiadających otwory okienne,

b) obowiązuje:

- zachowanie odległości od krawędzi elewacji oraz istotnych detali architektonicznych odległości 0,7 m,
- zasada wspólnych osi kompozycyjnych,

c) dopuszcza się sytuowanie na dachach formy ażurowej;

2) maksymalne gabaryty:

a) dla nośników reklamy sytuowanych na ścianach nieposiadających otworów okiennych: powierzchnia ekspozycyjna 60% powierzchni ściany, na której są sytuowane,

b) na pozostałych ścianach:

- wysokość: 3 m,
- szerokość: 6 m,
- grubość 0,4 m,

c) na dachach: wysokość: maksymalnie 1/10 wysokości elewacji, przy której są sytuowane;

- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, powłoka malarska.

§ 35. Nośniki reklamy w wiatkach przystankowych:

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie w sposób trwale połączony z wiatą przystankową;
- 2) maksymalne gabaryty:
 - a) wysokość powierzchni ekspozycyjnej 1,8 m,
 - b) szerokość powierzchni ekspozycyjnej 1,2 m;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, papier.

§ 36. Nośniki reklamy wolnostojące:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje standard posadowienia,
 - b) dopuszcza się formę wielostronną,
 - c) obowiązują odległości:
 - 40 m od innych nośników reklamy, sytuowanych na tej samej nieruchomości,
 - 6 m od sztyldów w formie wolnostojącej, sytuowanej na tej samej nieruchomości,
 - 3 m od ogrodzenia,
 - 3 m od budynku,
 - 6 m od sąsiedniej nieruchomości nie będącej drogą publiczną;
- 2) maksymalne gabaryty w zależności od powierzchni nieruchomości, na której są umieszczone nośniki reklamy:
 - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m²:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 6 m²,
 - wysokość: 6 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 1 m,
 - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m²:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 36 m²,
 - wysokość: 12 m,
 - szerokość: 12 m,
 - grubość: 2 m;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) obowiązuje standard posadowienia
 - c) obowiązuje standard wyświetlania;
- 4) materiały budowlane: beton, metal, tworzywo sztuczne, papier, szkło.

§ 37. Nośniki reklamowe, sytuowane na rusztowaniu lub ogrodzeniu, związane z prowadzonymi robotami budowlanymi lub remontowymi:

- 1) zasady i warunki sytuowania:

- a) sytuowanie wyłącznie na czas trwania robót budowlanych, nie dłużej niż 2 lata z przerwą w ekspozycji, wynoszącą co najmniej 5 lat, liczone w odniesieniu do jednego budynku, ogrodzenia lub budowli,
 - b) nośniki reklamowe nie mogą przekraczać krawędzi rusztowania lub ogrodzenia budowy;
- 2) standardy jakościowe: obowiązuje zachowanie ciągłości powierzchni ekspozycyjnej bez rozerwań i pęknięć;
 - 3) materiały budowlane: metal lub tworzywo sztuczne.

Rozdział 8. Postanowienia dla ogrodzeń

§ 38. Dla ogrodzeń sytuowanych na obszarze Zdroju obowiązują:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje stosowanie cokołu,
 - b) obowiązuje akcentowanie przęseł ogrodzenia na całej jego długości od strony przestrzeni publicznych,
 - c) zakazuje się stosowania dla ogrodzeń sytuowanych od strony dróg publicznych ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%;
- 2) gabaryty, z wyłączeniem ogrodzeń obiektów sportowych:
 - a) wysokość cokołu: minimum 0,3 m,
 - b) wysokość ogrodzenia z wyłączeniem bram i furtek: 1,6 m;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dla ogrodzeń nieruchomości bezpośrednio graniczących z pasem drogowym ul. 1 Maja obowiązuje stosowanie kolorystyki antracytowej (RAL 7016) dla malowanych elementów metalowych, z wyłączeniem cortenu;
- 4) materiały budowlane – zakaz stosowania:
 - a) prefabrykatów żelbetowych i betonowych,
 - b) blach trapezowych i falistych,
 - c) płyt pełnych, drewnopochodnych.

§ 39. Dla ogrodzeń sytuowanych na pozostałym obszarze Jastrzębia-Zdroju wzdłuż dróg publicznych, z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszącym obiektom o funkcji produkcyjnej lub magazynowej:

- 1) dopuszcza się stosowanie ogrodzeń pełnych na długości stanowiącej maksymalnie 60% długości ogrodzenia od strony dróg publicznych;
- 2) gabaryty: wysokość maksymalnie 2,2 m z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących obiektom sportowym, obiektom przemysłowym i obiektom związanych z kultem religijnym;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 4) materiały budowlane – zakaz stosowania:
 - a) prefabrykatów żelbetowych i betonowych, z wyłączeniem podmurówki, cokołu i słupków,
 - b) blach trapezowych i falistych,
 - c) płyt pełnych, drewnopochodnych.

Rozdział 9. Postanowienia dla obiektów małej architektury

§ 40. Obiekty małej architektury:

- 1) zasady i warunki sytuowania:

- a) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
 - b) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany,
 - c) określone w niniejszym paragrafie parametry nie dotyczą obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw;
- 2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m;
- 3) standardy jakościowe:
- a) wysoki standard jakościowy,
 - b) stosowanie dla elementów drewnianych kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów,
 - c) w obszarze Zdroju (Zd) dla elementów metalowych malowanych, stosowanie kolorystyki antracytowej (RAL 7016) lub ciemno-szarej (RAL 7024);
- 4) materiały budowlane:
- a) dopuszcza się: beton, drewno, metal, tworzywo sztuczne, szkło i kamień,
 - b) zakazuje się dla osłon, pergoli i wiat śmietnikowych: blachy falistej i trapezowej, tworzywa sztucznego, żelbetu,
- 5) postanowienia dla osłon, pergoli i wiat śmietnikowych:
- a) w obszarze Zdroju (Zd) nakazuje się: stosowanie konstrukcji stalowej, ocynkowanej ogniowo malowanej proszkowo w kolorach ciemnoszarym (RAL 7024) lub czarnym, wypełnionej panelami z listew drewnianych lub listew imitujących drewno w kolorze naturalnym lub w kolorze ciemnoszarym (RAL 7024),
 - b) w pozostałym obszarze Jastrzębia-Zdroju (JZ), w przypadku sytuowania na terenach zabudowy wielorodzinnej, nakazuje się:
 - stosowanie konstrukcji stalowej, ocynkowanej ogniowo lub malowanej proszkowo w kolorze beżowym (RAL 7048 lub równoważny) lub jasnoszarym (RAL 7048 lub równoważny),
 - wypełnionej panelami z listew w kolorze ciemnoszarym (RAL 7024 lub równoważny) lub jasnoszarym (RAL 7048 lub równoważny) oraz stosowanie zadaszenia łukowego pokrytego poliwęglanem komorowym – bezbarwnym lub dachu dwuspadowego.

Rozdział 10.

Warunki i termin dostosowania

§ 41. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obszarze Zdroju na **36 miesięcy** od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej, z zastrzeżeniem ust. 3.

2. Określa się terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na pozostałym obszarze Jastrzębia-Zdroju, z zastrzeżeniem ust. 3:

- 1) sytuowanych na ogrodzeniach na **36 miesięcy** od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej;
- 2) sytuowanych w inny sposób niż na ogrodzeniach na **48 miesięcy** od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej;

3. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Reklamowej tablice reklamowe i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały, sytuowane na podstawie ostatecznej decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę lub zgłoszenia zamiaru prowadzenia robót budowlanych, do którego nie zgłoszono sprzeciwu.

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

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

§ 42. 1. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez:

- 1) usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 2) zmniejszenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 3) przeniesienie, po spełnieniu wszystkich postanowień Uchwały Reklamowej, do nowej lokalizacji.

2. W przypadku obowiązku dostosowania istniejących szyldów do **zasady wspólnych osi kompozycyjnych**, osie te wyznacza się w następujący sposób:

- 1) jeśli dwa szyldy lub więcej, na danej elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia, spełniają przedmiotowy warunek, to dostosowanie obowiązuje dla szyldów sytuowanych poza osią, wyznaczoną przez te szyldy;
- 2) jeśli żaden z szyldów na elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia nie spełnia warunku, to dostosowanie obejmuje wszystkie szyldy na elewacji.

3. w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego oraz po zakończeniu okresu ekspozycji reklamy okolicznościowej, należy:

- 1) po zakończeniu prac demontażowych usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, w szczególności kotwy, fundamenty, haki lub ślady lub otwory po zamocowaniach;
- 2) doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, w szczególności elewacji, do stanu poprzedniego, bezpośrednio przed montażu reklamy, z zastrzeżeniem pkt 3;
- 3) w przypadku braku możliwości określenia stanu opisanego w pkt 2 należy doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania do stanu spójnego z bezpośrednim otoczeniem.

Rozdział 11.

Postanowienia końcowe

§ 43. Wykonanie Uchwały Reklamowej powierza się Prezydentowi Miasta Jastrzębie-Zdrój.

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

Przewodniczący Rady Miasta

Piotr Szereda

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr I.7.2024

Rady Miasta Jastrzębie-Zdrój

z dnia 25 stycznia 2024 r.

JASTRZĘBIE-ZDRÓJ

GRANICE STREFY ZDRÓJ

LEGENDA

- GRANICA MIASTA
- STREFA ZDRÓJ
- STREFA JASTRZĘBIE-ZDRÓJ

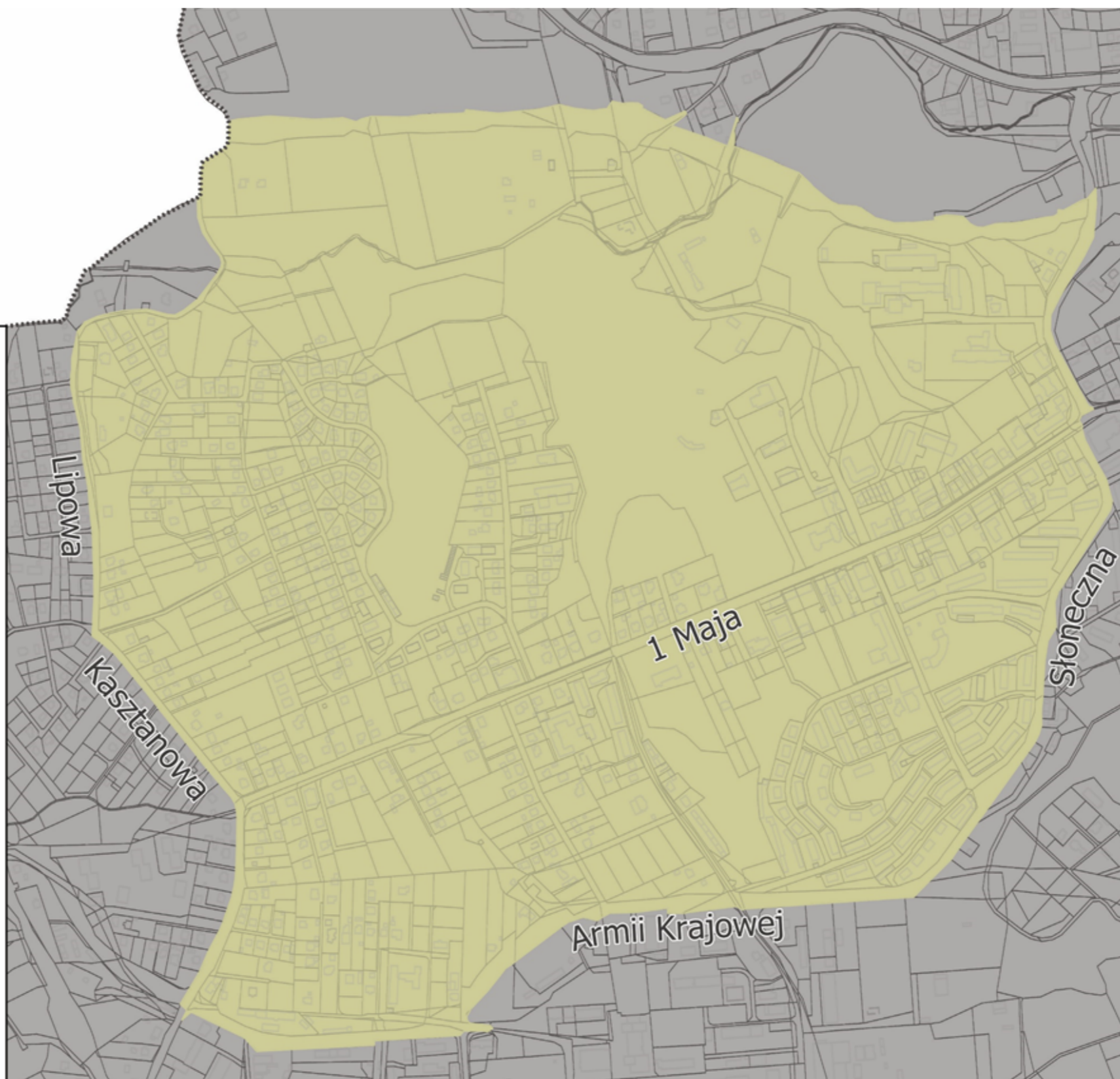
0 100 200 m

PODZIAŁ NA STREFY OBSZARU CAŁEGO MIASTA

LEGENDA

- GRANICA MIASTA
- STREFA ZDRÓJ
- STREFA JASTRZĘBIE-ZDRÓJ
- SOŁECTWA I OSIEDLA

0 1 2 km



Załącznik Nr 2 do uchwały Nr I.7.2024

Rady Miasta Jastrzębie-Zdrój

z dnia 25 stycznia 2024 r.

LISTA UWAG NIEUWZGLĘDNIONYCH I CZĘŚCIOWO NIEUWZGLĘDNIONYCH A WNIESIONYCH DO WYŁOŻONEGO DO PUBLICZNEGO WGLĄDU PROJEKTU UCHWAŁY RADY MIASTA JASTRZĘBIE-ZDRÓJ W SPRAWIE USTALENIA ZASAD I WARUNKÓW SYTUOWANIA NA TERENIE MIASTA JASTRZĘBIE-ZDRÓJ OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTÓW, STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH ORAZ RODZAJÓW MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE.

Nr uwagi (l.p.)	Podmiot lub osoba składająca uwagę	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.	Sposób rozpatrzenia Prezydenta Miasta Jastrzębia-Zdroju.		Uzasadnienie rozpatrzenia Prezydenta Miasta Jastrzębia-Zdroju.	Rozstrzygnięcie Rady Miasta Jastrzębie-Zdrój o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Jastrzębie-Zdrój.	
			UWAGA UWZGLĘDNIONA	UWAGA NIE-UWZGLĘDNIONA		UWAGA UWZGLĘDNIONA	UWAGA NIE-UWZGLĘDNIONA
2.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1.	BP Europa SE Oddział w Polsce	(...) pozwalamy sobie wyrazić prośbę o dopuszczenie dla nieruchomości, na których zlokalizowane są stacje paliw, funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej danej marki stacji paliw, a to w zakresie rozmieszczenia, wielkości, ilości i kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów i reklam oraz w zakresie lokalizacji znaków informacyjnych i kierunkowych umieszczonych na terenie nieruchomości. Mając na względzie zapisy z uchwalonych już podobnych uchwał pozwalamy sobie przytoczyć stosowne zapisy z kilku uchwał, które, choć w różny sposób, realizują nasz powyższy postulat. Propozycja 1 / (z Uchwały w gm. X) Dla nieruchomości, na których	-	Uwaga nie-uwzględniona.	Przedstawione rozwiązania potencjalnie naruszają jedną z podstawowych zasad równości podmiotów wobec prawa i tworzą regulacje posiadające wyraźne cechy wyłączenia podmiotowego. Procedowany projekt uchwały uwzględnia charakterystykę stacji benzynowych i dopuszcza znaczną większość przedstawionych w wykazie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w najczęściej stosowanych sytuacjach. Dla wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych		

		<p>zlokalizowane są obiekty gastronomiczne oraz stacje benzynowe: 1) dopuszcza się funkcjonowanie indywidualnej identyfikacji wizualnej danej marki w zakresie rozmieszczenia, wielkości, liczby oraz kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów i reklam oraz w zakresie lokalizacji znaków informacyjnych i kierunkowych umieszczonych na terenie nieruchomości;</p> <p>lub</p> <p>Propozycja 2 (z Uchwały w Y) / Dla nieruchomości, na których zlokalizowane są budynki handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej _____ m², stacje paliw, obiekty gastronomiczne oraz dla nieruchomości położonych w bezpośrednim sąsiedztwie dróg _____, dopuszcza się: ... 1) funkcjonowanie indywidualnej identyfikacji wizualnej w zakresie rozmieszczenia, wielkości i ilości: znaków firmowych, liter przestrzennych, logotypu przestrzennego, pylonu cenowego, tablic i urządzeń reklamowych stosowanych na obiektach;</p> <p>lub</p> <p>Propozycja 3 (z Uchwały w Z) / Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenach stacji paliw – dopuszczenie sytuowania logo, nazw własnych na budynkach i zadaszeniach oraz wolnostojących tablic informacyjnych z nazwą własną, logo oraz informacją o cenach paliw, na dotychczasowych zasadach</p>			<p>na podstawie ostatecznej decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę lub zgłoszenia zamiaru prowadzenia robót budowlanych, do którego nie zgłoszono sprzeciwu, zostało przewidziane zwolnienie z obowiązku dostosowania. Przy czym nie wskazuje się, że w przypadku decyzji o pozwoleniu na budowę niezbędne było objęcie każdej tablicy lub urządzenia reklamowego oddzielnym projektem – wystarczy, że były zawarte w projekcie budowlanym (np. zagospodarowanie terenu, widok elewacji etc.), złożonym w ramach tejże procedury.</p>		
--	--	---	--	--	--	--	--

	<p>ujednoliconych i charakterystycznych dla każdego ze sprzedawców paliw.</p> <p>Uzasadnienie</p> <p>Wszystkie sieciowe obiekty użyteczności publicznej, również tym stacje paliw, posiadają indywidualną charakterystykę wizualną pozwalającą Klientom na łatwą identyfikację marki obecnej w postaci setek obiektów w kraju.</p> <p>W tej sytuacji trudno jest sformułować takie zapisy uchwały „reklamowej”, które regulowałyby szczegółowo dopuszczalne nośniki reklamy dla obiektów sieciowych, gdyż każdy z nich (każda sieć) ma nieco inną charakterystykę wizualną a szczegółowy zapis dostosowany do jednej firmy mógłby stawiać inną w roli pokrzywdzonego, gdyż ma inne elementy o innym wymiarze, w innej ilości itp. W przypadku sieci stacji paliw są to np. różne wymiary pylonów cenowych, różne i różnej wielkości elementy reklamowe (szyldy, tablice reklamowe) umieszczane na budynkach sklepu czy też szyldy (logo) na wiacie i inne elementy reklamowe pod wiatą. Zawsze jednak, gdy mówimy o obiektach sieciowych, mamy do czynienia z przemyślanym, estetycznym i powtarzalnym – zazwyczaj na setkach obiektów - systemem wizualizacji marki, co – naszym zdaniem – nie stoi w sprzeczności z celem wszystkich uchwał „krajobrazowych”, tzn. uporządkowaniem prezentacji reklam na terenie danej gminy.</p> <p>Uchwała ma realizować dyspozycje Ustawy o planowaniu i</p>					
--	---	--	--	--	--	--

		<p>zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którą może ona w swojej treści regulować zasady i warunki sytuowania m.in. tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych (art. 37a ust. 1 u.p.z.p.). Tym samym nie jest wykluczone stworzenie w Uchwale regulacji dla konkretnych rodzajów działalności, tj. stacji paliw. Stacje paliw funkcjonujące na rynku wykształciły dość podobny model zorganizowania elementów stacji paliw, w tym również elementów infrastruktury informacyjno-reklamowej stosowany przez większość uczestników rynku, a pożądaną przez Klientów ze względu na specyficzny charakter działalności stacji paliw. Cechą wprowadzenia proponowanego rozwiązania będzie powtarzalność, a to wpłynie na kształtowanie ładu przestrzennego nie tylko w wymiarze lokalnym, ale też ogólnokrajowym. Coraz liczniejsze gminy procedując uchwały „krajobrazowe” (np. Bielsko-Biała, Gdynia (zespół systemowy), Kosakowo, Mikołów, Zawiercie), dostrzegają opisany wyżej problem dotyczący obiektów sieciowych i w zapisach uchwał wyodrębniają oddzielną kategorię dla stacji paliw, czy też szerzej również restauracji typu drive in.</p> <p>Treści stosownych zapisów dostępne są w dziennikach urzędowych poszczególnych województw, ewentualnie służymy konkretnymi przykładami.</p> <p>Mając powyższe na uwadze wnosimy jak wyżej.</p> <p>Jeżeli jednak nie zechcą Państwo</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

		wyłączyć terenów stacji paliw do terenów objętych indywidualną identyfikacją wizualną charakterystyczną dla danego operatora stacji paliw, wnosimy o uwzględnienie następujących wniosków: <i>[uwagi kolejne]</i> .					
2.		<p>Wprowadzenie definicji pylonu cenowego stacji paliw i możliwości informacji o podstawowych usługach, które oferuje stacja paliw: kawiarenka lub bistro, specyficzny typ paliwa, myjnia automatyczna, myjnia ręczna, program lojalnościowy. Są to informacje istotne i oczekiwane przez Klientów, a komunikowane na pylonie cenowym po to, aby dać możliwość podjęcia decyzji o zjechaniu z drogi na stację i dopuszczenie istniejących pylonów cenowych bp o maksymalnych wysokości 9,0 m i szerokości 3,0 m z podświetleniem i elektronicznymi wyświetlaczami cen.</p> <p>Podstawową funkcją stacji paliw jest sprzedaż paliw, a w ślad za przepisami Rozporządzenia Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 19 grudnia 2022 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług, czytelne informowanie o cenach paliw jest obowiązkiem nałożonym przez prawo.</p> <p>Takie rozwiązanie ma przede wszystkim chronić interes konsumentów i umożliwiać im dokonywanie optymalnych wyborów co do skorzystania z wybranej stacji benzynowej. Pylon cenowy stacji paliw, jako specyficzny pod względem pełnionej funkcji, powinien umożliwiać informowanie nie tylko o</p>	-	Uwaga nie-uwzględniona.	<p>Konstrukcja uchwały opiera się o definicje, które nie stanowią katalogu typów tablic reklamowych ani urządzeń reklamowych.</p> <p>Postanowienia uchwały obejmują możliwość sytuowania tego typu pylonów – regulują to zagadnienie §21 oraz §24 – w zakresie odpowiednio dopuszczenia liczby sztyldów i wyświetlania cen oraz pozostałych regulacji sztyldów. W tym: dopuszczone są pylony cenowe o wysokości 8m na większości nieruchomości wielkości stacji paliw, a dla większych nieruchomości (powyżej 2000 m2) nawet wysokości 25 m.</p>		

		<p>cenach paliw, ale innych towarach i usługach oraz umożliwić promowanie nazw i symboli marek integralnie związanych z prowadzoną działalnością na stacjach paliw. Stąd w pełni uzasadnionym jest postulat wprowadzenia wyodrębnienia definicji pylonu cenowego stacji paliw pozostawiając go jako zgodny ze standardem danego Operatora.</p> <p>Cechą ww. rozwiązania jest powtarzalność - pylony cenowe danej marki jak i pozostałe szyldy stanowiące logotypy marki głównej i gastronomicznej występują na terenie całego kraju w identycznej lub bardzo zbliżonej formie, co sprzyja budowaniu ładu przestrzennego. Wprowadzenie proponowanych zapisów lub definicji szczególnej pozwala na realizację postulatów – dostępności informacji oraz jej powtarzalności, co dodatkowo wpływa na kształtowania ładu przestrzennego nie tylko w wymiarze lokalnym, ale ogólnokrajowym.</p>				
3.		<p>Przyjęcie standardów dla tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami i dopuszczenie do stosowania na terenie miasta dla tablic reklamowych</p> <ul style="list-style-type: none"> - na budynkach: o wymiarach pola ekspozycji reklamy maksymalnie 6mx4m (z uwzględnieniem reklam naklejanych na szybach) i maksymalnie 2mx1m dla tablic (lub kasetonów) montowanych bezpośrednio na ścianie - wolnostojących: o wymiarach pola ekspozycji reklamy maksymalnie 3mx2m 	-	Uwaga nie-uwzględniona.	W treści uwagi użyto sformułowania standardy, jednak treść odnosi się do gabarytów i częściowo zasad i warunków sytuowania. Ponadto uwaga odnosi się do nośników reklamy, zaś cechą charakterystyczną stacji benzynowych jest stosowanie głównie szyldów. Nośniki reklamy, jeśli występują, są raczej konstrukcjami wolnostojącymi, a już z pewnością nie występują	

					<p>naklejki w witrynach, reklamujące inne działalności, funkcjonujące na innych nieruchomościach.</p> <p>Podobnie kasetony – niesłychanie rzadko są nośnikami reklamy, ponad 90% przypadków to szyldy. Trudno więc wywieść czego de facto dotyczy uwaga.</p> <p>Rozpatrując ją w kategoriach szyldów – takie tablice mogą być dopuszczone przy spełnieniu warunków §25 (tablice na elewacji oraz kasetony) lub §27 (naklejki) lub §28 (wolnostojące).</p> <p>Rozpatrując ją w kategoriach nośników reklamy – nośniki reklamy na budynkach – zgodnie z §34, naklejki w witrynach są niedopuszczone, zaś nośniki reklamy wolnostojące zgodnie z §36</p>		
4.		<p>wprowadzenie maksymalnej ilości szyldów na terenie stacji paliw, a to w postaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> - maksymalnie dwóch pylonów cenowych stacji paliw w formie dwustronnej na nieruchomości stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością o rozszerzonej definicji; - jednego totemu stacji paliw; - jednego szyldu stanowiącego logotyp marki głównej na każdej elewacji budynku sklepu o wymiarach do 1,3m wysokości (w wypadku bp są to maksymalnie 2 	Uwaga częściowo uwzględniona.	Uwaga częściowo nie-uwzględniona.	<p>Doprecyzowano sposób liczenia w §7 uwzględniający w sposób jednoznaczny sposób liczenia szyldów m. in. na dystrybutorach, które winny być liczone zbiorczo jako 1 szyld o ile liczba szyldów na pojedynczym urządzeniu automatycznym nie przekracza 3.</p> <p>Podsumowując powyższe wyliczenie, z uwzględnieniem zmiany, podmiot wnosi</p>		

		<p>szylidy);</p> <ul style="list-style-type: none">- jednego szylidu stanowiącego logotyp marki gastronomicznej na każdej elewacji budynku o wymiarach do 1,0 m wysokości (w wypadku bp są to maksymalnie 2 szylidy);- jednego szylidu stanowiącego opis obiektu na elewacji budynku (sklep, myjnia, myjnia bezdotykowa) o wymiarach do 730 mm wysokości;- dopuszczenie po jednym dowolnym szyldzie równoległym na dowolnej krawędzi wiaty, maksymalnie 3 szylidy na wiatę;- uznanie, iż logotyp marki na dystrybutorach i plakatach reklamowych nie podlega zaliczeniu do dopuszczalnej liczby szyldów			<p>o dopuszczenie łącznie 11 szyldów (warto zauważyć, że oznaczenie literalne - bez logo i grafik - sklep, myjnia, wjazd wyjazd itp. nie są reklamą w myśl ustawy o planowaniu, co za tym idzie nie są również szyldem). Uchwała dopuszcza realizację 8 z tych 11, co jest na tyle daleko idącym dopuszczeniem, że powinno ono wypełniać potrzeby informacyjne stacji. Sam fakt stosowania obecnie – i to nie w każdym przypadku, jak wykazano – większej niż dopuszczona w projekcie liczby szyldów nie jest argumentem za pozostawieniem takiego stanu faktycznego</p>	
--	--	--	--	--	--	--