BURMISTRZ NYSY
ul. Kolejowa 15
48-300 Nysa

ZARZĄDZENIE Nr 1401/2017
Burmistrza Nysy
z dnia 3 listopada 2017 r.

w sprawie rozpatrzenia uwag złożonych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miejskiej w Nysie w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Nysa 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. 30 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2017 r. poz. 1875) oraz art. 37b ust. 3 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2017 r. poz. 1073 ze zm.), w związku z uchwałą Nr XVIII/272/16 Rady Miejskiej w Nysie z dnia 30 marca 2016 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały Rady Miejskiej w Nysie ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane,

zarządzam, co następuje:

§ 1

1. Rozpatruję uwagi złożone do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miejskiej Nysie w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Nysa obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.
2. Rozstrzygnięcie w zakresie wskazanym w ust. 1 wraz z listą uwag nieuwzględnionych, stanowią załącznik do zarządzenia.

§ 2

Wykonanie zarządzenia powierzam Architektowi Miejskiemu w Nysie.

§ 3

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

BURMISTRZ NYSY
Kordian Kolbiarz

Projekt nie budzi
zastrzeżeń pod względem
formalno-prawnym
RADCA PRAWNY
Aleksandra Markiewicz

ARCHITEKT MIEJSKI
Roman Jabłoński

UZASADNIENIE

Niniejszy projekt zarządzenia jest konsekwencją procedury określonej w art. 37b ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i stanowi rozpatrzenie uwag złożonych przez osoby i instytucje, do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miejskiej w Nysie w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Nysa obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane zgodnie z rozstrzygnięciem wraz z listą uwag nieuwzględnionych. Projekt ww. uchwały został wyłożony do publicznego wglądu w okresie od 06 września 2017 r. do 6 października 2017 r. W wyznaczonym terminie wnoszenia uwag dotyczących projektu uchwały, tj. do dnia 20 października 2016 r. wpłynęły uwagi od czterech podmiotów, co dało liczbę 29 uwag.

BURMISTRZ NYSY
Kordian Kolbiarz

ARCHITEKT MIEJSKI
Roman Jabłoński

Załącznik
do Zarządzenia Nr1401/2017
Burmistrza Nysy
z dnia 3 listopada 2017 r.

I. Rozpatrzenie Burmistrza Nysy uwag złożonych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miejskiej w Nysie w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Nysa obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi	**Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym przed podmioty o których mowa w art. 37b ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym Rozpatrzenie z uzasadnieniem**
McDonald's Polska Sp. z o. o.	**1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga :** § 5 pkt. 2) **Treść uwagi:** Znaki reklamowe na elewacji/dachu budynku: a. 2 x znak świetlny 'M' o powierzchni reklamowej 0,92 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 1,84 m^2); b. 3 x znak świetlny napis 'McDonald's o powierzchni reklamowej 3,27 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 9,81 m^2); c. 2 x napis 'McCafe' o powierzchni reklamowej 1,50 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 3,0 m^2). Wymienione powyżej znaki pełnią funkcję szyldów. Zgodnie z § 5 pkt. 2) *dopuszcza się maksymalnie 4 szyldy, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości, po jednym z każdego rodzaju.* **Stanowisko Burmistrza Nysy:** częściowo negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Pismo zawierające uwagi zostało skonstruowane w sposób nie zawierający sprecyzowanego oczekiwania. Prawdopodobną intencją podmiotu jest uzyskanie możliwości pozostawienia tablic i urządzeń reklamowych (wymienionych w treści uwagi) pomimo, iż będą kolidować z określonymi zapisami projektu Kodeksu Krajobrazowego dla Nysy*). Projekt ten zakłada, zgodnie z upoważnieniem zawartym w upzp**), ograniczenie dotychczasowej dowolności kształtowania informacji wizualnej o prowadzonej działalności gospodarczej podmiotu. Ograniczenie to jest nadaniem ram – spójnych i równych –

		dla wszystkich podmiotów, w obrębie danego Obszaru. Ma ono na celu nie tylko poprawę estetyki przestrzeni publicznych i kształtowanie ładu przestrzennego, lecz również poprawę czytelności reklam różnych podmiotów – zasady i warunki ich kształtowania prowadzą do uporządkowania ich treści, walczą ze zjawiskiem „przekrzykiwania się reklam" formatem i formą, dając podmiotom równiejsze szanse na zaprezentowanie swojej oferty. Przyjmując takie założenie oraz wychodząc naprzeciw przedsiębiorcom podjęto decyzję o częściowym uwzględnieniu uwagi. Przy utrzymaniu zasady 4 sztuk szyldów dla działalności dopuszczono stosowanie np. dwóch takich samych rodzajów szyldów (inaczej niż stanowiono wcześniej „po jednym z każdego rodzaju"). Zaproponowano, w projekcie Kodeksu Krajobrazowego dla Nysy, nowe brzmienie § 4. pkt 2.: „dopuszcza się maksymalnie 4 szyldy które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z wymienionych poniżej rodzajów". Nie uwzględniono uwagi w zakresie dopuszczenia konkretnych, wymienionych rodzajów reklam, gdyż zwolnienie jednego podmiotu z obowiązku dostosowania byłoby zwolnieniem podmiotowym (niedopuszczonym prawnie) i nierównym traktowaniem, zaś wprowadzenie takich zasad dla wszystkich podmiotów nie realizowałoby celów upzp.
	2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt. 3) **Treść uwagi:** Znaki reklamowe na terenie nieruchomości poza budynkiem: a. 1 x pylon reklamowy o wysokości 30 m, z dwustronnymi znakami, składającymi się z: – 1 x dwustronny znak 'M' o łącznej powierzchni 47,1 m^2, – 1 x dwustronna tablica z napisem 'McCafe' o łącznej powierzchni 16,7 m^2. Pylon, zgodnie z nomenklaturą wprowadzoną przez projekt uchwały, to totem - § 5 pkt. 17) *ustala zakaz sytuowania totemów reklamowych w Obszarze I.* b. 3 x maszt flagowy o wysokości 10 m^2 i dwustronna flaga każda o łącznej powierzchni reklamowej 6 m^2 (łącznie 18 m^2). Zgodnie z § 5 pkt. 3) *ustala się zakaz sytuowania flag reklamowych w Obszarze I.* Co do zasady pylony i maszty ustawiane są przy restauracjach, w których możliwa jest obsługa klientów zmotoryzowanych. Stanowią one informację o znajdującej się przy nich restauracji dla

		osób znajdujących się w jej okolicy. Pylon (totem) jest najważniejszym znakiem w restauracjach typu drive. Dopuszczona przez projekt maksymalna wysokość 17 m nie spełni swojej funkcji – w takim przypadku pylon będzie zbędny. Biorąc pod uwagę fakt, iż pylon usytuowany przy restauracji w Nysie, powstał na podstawie decyzji nr 726/14, tj. pozwolenia na budowę z dnia 14 października 2014 roku, wnoszę o usunięcie tego ograniczenia w stosunku do Obszaru I oraz o zwiększenie maksymalnej wysokości do min. 30 m. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie:** Proponowane dopuszczenie dla Obszaru I dużych, agresywnych reklam, typu pylon czy flagi w dodatku w rozmiarach jeszcze większych niż dopuszczone dla Obszaru II mija się z podstawowym celem ustawy krajobrazowej, jakim jest dbałość o ład przestrzenny w polskich miastach, wsiach i na terenach naturalnych. Dopuszczenie takich reklam w Obszarze I, którego większość stanowi obszar wpisany do rejestru zabytków byłoby pogwałceniem zasad kształtowania przestrzeni miejskiej oraz ustawy o ochronie zabytków. Urządzenia reklamowe i tablice reklamowe sytuowane na podstawie pozwolenia na budowę zostały potraktowane w sposób szczególny – poprzez wydłużony czas dostosowania. Wynika to przede wszystkim z faktu przejścia procedur, zatwierdzających istnienie danych reklam w przestrzeni. Należy jednak pamiętać, że upzp nie różnicuje reklam pod względem poziomu ich legalności tylko mówi, że do zasad i warunków (...)[***)] mają być dostosowane wszystkie reklamy. Ponadto warto zauważyć, że przedmiotowa restauracja sytuowana jest bezpośrednio przy bardzo uczęszczanej drodze, kumulującej ruch całego rejonu Nysy. Zjazd do niej umiejscowiony jest tuż obok jednego ze zjazdów z ronda, co oznacza, że kierowcy zwalniają tam do prędkości ok 20 km/h, widząc więc doskonale nie tylko pojedyncze reklamy, a cały budynek restauracji.
	3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt. 4 oraz § 5 pkt. 14) **Treść uwagi:** Znaki reklamowe na tzw. linii drive na nieruchomości poza budynkiem: a. 1 x pre-sell board o powierzchni reklamowej 3,88 m^2, przedstawiający skróconą wersję oferty produktowej McDonald's; b. 1 x drive thru canopy o powierzchni reklamowej 2,8 m^2; stanowi też miejsce przyjmowania zamówień od kierowców; zawiera daszek chroniący urządzenie; c. 1 x menuboard 3-panelowy totem o powierzchni reklamowej 4,32 m^2, przedstawiający całą ofertę

produktową dostępną w restauracji McDonald's;

d. 1 x hero board o powierzchni reklamowej 8,12 m^2, informujący kierowców o aktualnie obowiązującej ofercie promocyjnej;
e. 1 x menuboard cenowy (cennik) o powierzchni reklamowej 2,1 m^2;
f. 1 x dwustronna bramka wysokościowa o łącznej powierzchni reklamowej 6,50 m^2.

Zgodnie z § 5 pkt. 4) *ogranicza się maksymalną powierzchnię ekspozycji gablot ekspozycyjnych do 3m^2* oraz zgodnie z § 5 pkt. 14) *dopuszcza się sytuowanie stojaków reklamowych wyłącznie w formie stojaka z menu o powierzchni ekspozycyjnej do 0,3 m^2.*

Powyższe znaki mają na celu umożliwienie klientom zmotoryzowanym zapoznanie się z pełną ofertą produktową, w tym promocyjną restauracji, złożenie zamówienia oraz bezpieczne poruszanie się na tzw. linii drive. Jest to jedyny sposób na umożliwienie klientom dokonania zakupów bez wysiadania z samochodu. Ograniczenie powierzchni ekspozycji gablot znacznie utrudni funkcjonowanie linii drive. Zgodnie z art. 4 ustawy z dnia 9 maja 2014 roku o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2014 r. poz. 915 z późn. zm.) *uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.* Zmniejszenie powierzchni cenników (zgodnie z założeniami projektu uchwały) może narazić spółkę McDonald's na kary pieniężne.

Stanowisko Burmistrza Nysy:
negatywne

Uzasadnienie:

Wskazana podstawa prawne nie określa warunków i zasad sytuowania, gabarytów ani materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane informacje o cenach towarów i usług (reklamach w myśl ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym).

Warto jednak zauważyć, że przedstawiona lista używanych reklam nie została zrewidowana w odniesieniu do zasad i warunków (...) proponowanych w Kodeksie, gdyż 3 z wymienionych powyżej reklam są dopuszczone w projekcie. Dokładnej analizy wymaga również stwierdzenie, czy „miejsce przyjmowania zamówień" stanowi urządzenie reklamowe – zależy to bowiem od faktu występowania na nim treści reklamowych, co nie zostało sprecyzowane we wniosku. Oznaczenie urządzenia „miejsce przyjmowania zamówień" nie jest bowiem reklamą w myśl upzp.

Mając na względzie powyższe uwagę należy uznać za bezzasadną.

	4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt. 16 **Treść uwagi:** Znaki kierunkowe na drogach wewnętrznych na nieruchomości poza budynkiem: a. 4 x dwustronny znak kierunkowy o powierzchni reklamowej 1,14 m^2 z każdej strony (łącznie 9,12 m^2). Powyższe znaki mają na celu bezpieczną i wygodną dla gości restauracji organizację ruchu na nieruchomości. Zgodnie z § 5 pkt. 16 *zakazuje się sytuowania tablic wjazdowych na Obszarze I.* **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie:** Celem dopuszczenia tablic wjazdowych jest umożliwienie przedsiębiorcom wskazania miejsca i kierunku wjazdu dla budynków sytuowanych w oderwaniu od przestrzeni publicznych (szczególnie w przypadku budynków wolno stojących, sytuowanych chaotycznie względem otoczenia) przy równoczesnym wskazaniu nazwy lub logo podmiotu (w przypadku jednego wjazdu do kilku podmiotów). Trudno jest zgodzić się ze stwierdzeniem, że przedmiotowa restauracja posiada nieczytelny wjazd na teren na którym się znajduje. Ponadto należy zauważyć, że uchwała dotyczy warunków i zasad... określonych wyłącznie w zakresie art 37a upzp. Stąd praktykowane oznaczenia dla wjazdów, dostaw, kierunków przemieszczania się oraz inne elementy oznakowania informacyjnego- bez wskazania podmiotu gospodarczego do którego prowadzą, ze względu na fakt iż nie mieszczą się w zakresie definicji reklamy nie są traktowane ani jako tablica reklamowa ani jako urządzenie reklamowe. Dopiero gdy do funkcji informacyjnej zostały dołączone funkcje reklamowe – mówimy o reklamie i zagadnienie to zostało uregulowane w uchwale. Same oznaczenia typu: „strzałka" czy napis „wyjazd" nie jest reklamą. Dlatego uwaga jest bezzasadna.
	5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** - **Treść uwagi:** Znaki reklamowe na ogrodzeniu i meblach zewnętrznych: a. ogrodzenie szklane o powierzchni reklamowej: i. przęsło 150 cm: na każdym przęśle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,39 m^2 każdy; 7 dwustronnych przęseł;

ii. przęsło 200 cm: na każdym przęśle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,385 m^2 każdy; 10 dwustronnych przęseł;

b. parasole – średnica 510 cm: 5 x znak 'M', 2 parasole o łącznej powierzchni reklamowej 3,86 m^2;

c. 3 x śmietnik drive thru lane o łącznej powierzchni grafik 1,90 m^2 (2 pola na każdym śmietniku o powierzchni 0,32 m^2 każdy);

d. 2 x śmietnik w ogródku letnim o łącznej powierzchni grafik 0,18 m^2 (powierzchnia grafiki na każdym śmietniku 0,06 m^2.

Wszystkie obiekty, które zostały umieszczone zgodnie z prawem (na podstawie pozwolenia na budowę czy zgłoszenia robót budowlanych), nie powinny podlegać usunięciu. W związku z tym, wskazane w projekcie terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów, rażąco naruszają prawa nabyte.

Reasumując, przedstawiony projekt uchwały znacząco wpłynie na oznakowanie Restauracji McDonald's, głównie na tzw. linię drive'a i jej oznakowanie (znaki kierunkowe). Usunięcie wszystkich wskazanych w projekcie niezgodnych z uchwałą elementów znacznie ograniczy widoczność restauracji, w wyniku czego utrudnione zostanie prowadzenie restauracji.

Stanowisko Burmistrza Nysy:
negatywne

Uzasadnienie:

W uchwale zostały określone zasady mówiące o zakazie sytuowania reklam nie będących szyldami (zgodnymi z zasadami i warunkami...) na ogrodzeniach, dopuszczono tablice reklamowe na śmietnikach (np. nazwa firmy obsługującej) ale mniejsze 0,04 m^2. Zapisy te są słuszne gdyż ograniczają w znacznym stopniu chaos reklamowy polegający na sytuowaniu reklam na elementach zagospodarowania do tego nie przeznaczonych.

Ponadto urządzenia reklamowe i tablice reklamowe sytuowane na podstawie pozwolenia na budowę zostały potraktowane w sposób szczególny – poprzez wydłużony czas dostosowania. Wynika to przede wszystkim z faktu przejścia procedur, zatwierdzających istnienie danych reklam w przestrzeni. Należy jednak pamiętać, że ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu nie różnicuje reklam pod względem poziomu ich legalności tylko mówi, że do zasad i warunków... mają być dostosowane wszystkie reklamy.

Warto również w tym miejscu zauważyć, że w zasadzie nie istniała dotąd realna podstawa prawna ograniczania woli podmiotu w zakresie sytuowania reklam według własnego pomysłu. Nawet jeśli kompozycja urbanistyczna jasno pozwalała stwierdzić, że dana reklama nie może się pojawić, to nie można było nie wydać zgody na jej sytuowanie. Problemy przynosiło również usuwanie samowoli

		w tym zakresie. Dopiero spójne zasady zawarte w uchwale reklamowej pozwalają na kształtowanie przestrzeni miejskiej w swoim zakresie. Nie można się ponadto zgodzić ze stwierdzeniem iż uchwała „znacznie ograniczy widoczność restauracji, w wyniku czego utrudnione zostanie prowadzenie restauracji". Wprost przeciwnie – restauracja będzie wreszcie widoczna, bo nie przesłonięta nadmiarem bodźców wizualnych. Przykłady restauracji na obszarach Parków Kulturowych np. w Łodzi czy Krakowie pokazują, że estetyczne reklamy zachęcają klientów raczej niż odstraszają, zaś ugruntowana pozycja na rynku pozostaje niezachwiana.
Castorama Polska Sp. z o.o. i CASTIM Sp. z o.o.	**6.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 1 pkt 24) **Treść uwagi:** Wniosek o zmianę definicji „tablicy wjazdowej" w ten sposób, aby oznaczała ona także tablicę wskazującą kierunek wyjazdu z nieruchomości, na której przedsiębiorca zamieszczający reklamę na tej tablicy prowadzi działalność, a także tablicę wskazującą na inne zasady organizacji ruchu na tej nieruchomości (np. drogę dla samochodów dostawczych). Umieszczanie takich tablic jest powszechne na nieruchomościach, na których znajdują się centra handlowe lub wielkopowierzchniowe obiekty handlowe. Na tych nieruchomościach wytyczone są parkingi, drogi wewnętrzne, strefy dostaw, itp., na których występuje duże natężenie ruchu pojazdów i pieszych. Z tych względów wymienione tablice pełnią istotną funkcję dla zapewnienia organizacji i bezpieczeństwa ruchu pojazdów i pieszych. Nie ma jednocześnie podstaw, aby tablice wskazujące wjazd traktować odmiennie od tablic wskazujących wyjazd, strefę dostaw, itp. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Kodeks Krajobrazowy dla Nysy dotyczy warunków i zasad (...) określonych wyłącznie w zakresie art 37a upzp. Stąd oznaczenia dla wjazdów, dostaw oraz inne elementy oznakowania informacyjnego, ze względu na fakt iż nie mieszczą się w zakresie definicji reklamy, nie mogą być traktowane ani jako tablica reklamowa ani jako urządzenie reklamowe. Tym samym nie będą podlegać oddziaływaniu Kodeksu. Jeśli zaś do funkcji informacyjnej zostały dołączone funkcje reklamowe – mówimy wtedy o reklamie i zagadnienie to zostało uregulowane w uchwale. Obserwowane w praktyce oznaczania wjazdów na nieruchomości, gdzie jeden wjazd prowadzi do wielu podmiotów sytuowanych w różnych miejscach i konieczne jest dodanie nazwy lub logo podmiotu do którego prowadzą, w myśl upzp stanowią reklamę i zostały poddane regulacji w uchwale. Przy czym

		należy zwrócić uwagę, że wskazanie wyjazdu nie ma już związku z działalnością do której się dojeżdża tylko z potrzebą wyjazdu. Samo oznaczenie typu: „dostawa" czy „wyjazd" nawet jeśli zawiera np. infografikę samochodu dostawczego czy wizerunek wyjeżdżającego samochodu nie jest reklamą. Dlatego uwaga jest bezzasadna.
	7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 2) lit a) i b) Uchwały **Treść uwagi:** Wniosek o zmianę postanowień Uchwały dot. maksymalnych wymiarów szyldów (zarówno w pasie reklamowym, jak i poza tym pasem) w odniesieniu do szyldów przedsiębiorców prowadzących działalność w postaci powierzchniowych obiektów handlowych należących do sieci handlowych (w szczególności Castorama) oraz niewprowadzanie w tym przypadku limitów powierzchni szyldów, o ile są one dostosowane do rozmiarów obiektu handlowego, na którym są umieszczone. W przypadku szyldu Castorama zawiera on logo przedsiębiorcy (Castorama) o utrwalonej i jednolitej formie (zarejestrowanej jako znak towarowy słowny i graficzny) i jest formą identyfikacji wizualnej Castorama Polska, stosowaną w sposób jednolity, zgodnie z jedną koncepcją we wszystkich sklepach Castorama na terenie Polski i za granicą. Szyld Castorama stanowi element koncepcji architektoniczno-budowlanej obiektu handlowego i jego rozmiary, wygląd i rozmieszczenie podlegają zatwierdzeniu przy wydawaniu decyzji o pozwoleniu na budowę obiektu handlowego. Rozmiary szyldów Castorama stosowane w obiektach handlowych w całej Polsce znacznie przekraczają rozmiary określone w Uchwale (dotyczy to także szyldów innych przedsiębiorców prowadzących działalność w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych). Szyldy umieszczone na obiekcie handlowym Castorama w Nysie mają wymiary 6,4 m na 20 m (wysokość podana z uwzględnieniem trójkąta stanowiącego element logo Castorama, który jest elementem przestrzennym, nie będącym tablicą reklamową) oraz 2,4 m na 17 m. Brak postulowanej zmiany § 4 pkt 2) lit a) i b) Uchwały oznaczałby nałożenie na Castorama zakazu umieszczenia jej szyldu, który stanowi logo o treści i formie prawnie chronionej, stosowanego we wszystkich sklepach w całej sieci Castorama, według jednej i spójnej koncepcji, która została zatwierdzona w pozwoleniu na budowę obiektu handlowego. Byłoby to niedopuszczalne naruszenie zasad wolności działalności gospodarczej. Należy jednocześnie podkreślić, że rozwiązania architektoniczne i plastyczne stanowiącej część koncepcji budowy sklepów Castorama, zapewniają ich estetyczny wygląd i w żaden sposób nie oddziałują negatywnie na krajobraz i ład przestrzenny. W przypadku negatywnego rozpatrzenia powyższej uwagi wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie

dostosowawczym) istniejących szyldów umieszczonych na obiekcie Castorama w Nysie.

Stanowisko Burmistrza Nysy:
negatywne

Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:

Istnieje kilka przesłanek, z powodu których uwaga winna być odrzucona w całości.

Po drugie istnienie tzw. „systemu brandingowego" czy też „korporacyjnej identyfikacji wizualnej" nie funkcjonuje w obrocie prawnym (za wyjątkiem ew. umów cywilno-prawnych, które nie są podawane do publicznej wiadomości), nie został też w żaden sposób wyróżniony czy wyłączony z zakresu regulacji w upzp, stąd nie ma podstawy do ujmowania go w dokumentach będących aktami prawa miejscowego. Może funkcjonować w przestrzeni publicznej, gdy spełnia warunki prawne, w tym zasady i warunki (...) po wejściu w życie.

Po trzecie uwaga wynika z niezrozumienia intencji ustawodawcy. Wprowadził on bowiem ustawową definicję szyldu, przez co należy rozumieć zgodnie z art. 2 pkt 16d upzp: „(...) tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują" oraz dał możliwość ustalenia przez gminę zasad i warunków ich sytuowania, gabarytów i liczby (art. 37a ust 2. upzp). Czytając powyższe zapisy łącznie, należy stwierdzić, że jednoznaczne zakwalifikowanie danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego jako szyld następuje w drodze:

1. stwierdzenia, czy spełniona jest definicja ustawowa szyldu;
2. spełnione zostały zasady i warunki... dla szyldów w uchwale;

Dopiero gdy spełnione zostały powyższe warunki łącznie możemy uznać daną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe za szyld. Jeśli więc przedmiotowe logo przestrzenne „Castorama" nie spełniło obu definicji, należy sprawdzić, czy spełnia pozostałe zasady i warunki dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, nie będących szyldami (paragraf 5). Tam w pkt 6 znajdujemy zapis mówiący o tym że litery przestrzenne, logo przestrzenne, logotyp przestrzenny są dopuszczone jako szyldy lub jako reklamy nie będące szyldami zgodnie z zasadami ogólnymi. Czyli należy sprawdzić zgodność z paragrafem 3. Wynika z niego, że maksymalny wymiar przedmiotowego napisu Castorama z przestrzenną formą daszku (co łącznie stanowi logo) może byś sytuowane o ile wysokość budynku na którym się znajduje będzie wynosiła 6,4 m x 5 = 32 m. W przeciwnym wypadku rzeczona reklama musi zostać dostosowana zgodnie z par. 6 ust 2 Kodeksu Krajobrazowego dla Nysy.

Ponadto warto zauważyć, że zgodnie z art. 10a ust. 2 pkt 3a i 3b

		upzp obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m^2 objęte są specjalnymi wymogami – muszą być ujęte w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego oraz w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego. Jest to wymóg podyktowany ponadprzeciętnie dużym spektrum oddziaływania na obszar gminy i sąsiedztwa danej inwestycji. Wynika to nie tylko z rozmiaru obiektu, ale również z wpływu na przestrzeń i funkcje miasta. Stąd przy tworzeniu projektu Uchwały zostały przeanalizowane te relacje i zaproponowano zapisy ujmujące specyfikę obiektów tej wielkości. Oparto się na zasadzie proporcji reklam względem obiektu, która została określona na wysokim, 20% poziomie czy w zakresie wysokości – dwukrotności względem obiektu sąsiedniego. Wnioskiem z analiz było to, że spójne zasady kształtowania krajobrazu reklamowego dla różnych rodzajów zabudowy zapewniają możliwość kształtowania ładu przestrzennego na oczekiwanym poziome. Zwrócić należy szczególną uwagę na fakt, że stosowane obecnie przed Podmiot, składający uwagę, na terenie Nysy formy reklam w obszarze II nie zostały zakazane tylko ustanowiono spójne zasady i warunki sytuowania takich rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
	8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 1) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących umieszczania banerów i dopuszczenie umieszczania banerów, także w innych przypadkach niż określone w § 5 pkt 1) Uchwały, w przypadku, gdyby takie banery były umieszczone w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2) lub budowli (np. wiacie na wózki) zlokalizowanej na nieruchomości, na której wybudowany został taki obiekt handlowy. Wynika to ze specyfiki tego rodzaju obiektów, w przypadku których rygorystyczne przepisy Uchwały mogą być złagodzone bez szkody dla estetyki i ładu przestrzennego. Należy podkreślić, że w przypadku Castorama sposób umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach handlowych stanowi część koncepcji architektonicznej tego obiektu, co powoduje, że urządzenia reklamowe są ujednolicone pod względem kolorystycznym

		i dostosowane do wyglądu budynku oraz spójne z zagospodarowaniem terenu. W przypadku negatywnego rozpatrzenia powyższej uwagi wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) istniejących banerów w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2) lub budowli (np. wiacie na wózki) zlokalizowanej na nieruchomości, na której wybudowany został taki obiekt handlowy. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Proponowane rozwiązanie zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto sytuowanie na nieruchomości obiektu handlowego o powierzchni powyżej 2000 m^2 - nierówno traktując inne podmioty sytuujące obiekty o analogicznej powierzchni ale innej funkcji – np. sportowej. Ponadto zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (art 37a ust. 10).
	9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 2) lit. b) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o dopuszczenie w Obszarze II billboardów o innych formatach niż określone w Uchwale, w szczególności w przypadkach, gdy są one zlokalizowane na nieruchomości, na której znajduje się wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2). W praktyce stosowane są billboardy o bardzo różnych formatach (powierzchniach). Nie ma podstaw do ograniczania dopuszczalnych formatów. Wystarczające byłoby określenie maksymalnej dopuszczalnej powierzchni, np. 18 m2 jak podano w Uchwale. Taka zmiana powinna dotyczyć w szczególności billboardów na elewacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. W przypadku negatywnego rozpatrzenia powyższej uwagi wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) w Obszarze II istniejących billboardów o formatach innych niż określone w Uchwale, w szczególności w przypadkach, gdy są one zlokalizowane na nieruchomości, na której znajduje się wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2).

		Stanowisko Burmistrza Nysy: negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Ujednolicenie wymiarów dopuszczonych billboardów ma na celu uniknięcie sytuowania tego rodzaju reklamy w zbyt szerokim spektrum wymiarowym. Określenie jedynie górnej granicy prowadziłoby do utrzymania chaosu związanego z nadmiarem formatów stosowanych przy sytuowaniu tego rodzaju reklam. Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
	10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 2) lit. c) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących billboardów wolnostojących, umieszczonych w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się także billboardy umieszczone w mniejszej niż 1 m odległości od krawędzi, uskoków, detali architektonicznych i okien na danej elewacji. Wynika to ze specyfiki tego rodzaju obiektów, w przypadku których rygorystyczne przepisy Uchwały mogą być złagodzone bez szkody dla estetyki i ładu przestrzennego. Należy podkreślić, że w przypadku Castorama sposób umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach handlowych stanowi część koncepcji tego obiektu, co powoduje, że urządzenia reklamowe są ujednolicone pod względem kolorystycznym i dostosowane do wyglądu budynku oraz spójne z zagospodarowaniem terenu. W przypadku negatywnego rozpatrzenia powyższej uwagi wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) istniejących billboardów umieszczonych, w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m^2), w mniejszej niż innych niż 1 m odległości od krawędzi, uskoków, detali architektonicznych i okien na elewacji tego budynku.

		Stanowisko Burmistrza Nysy: negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Jednym z głównych powodów dla których ustawodawca przygotował tzw. ustawę krajobrazową był fakt chaotycznego sytuowania reklam na elewacjach obiektów – zarówno w sposób utrudniający życie mieszkańców (przesłanianie okien) jak i zakłócający, czy dysharmonizujący wystrój (kompozycję architektoniczną czy plastyczną) elewacji. Stąd konieczne było określenie odległości od kluczowych elementów architektonicznych. Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
	11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 2) lit. d) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących billboardów wolnostojących, umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się także: - bilboardy niezwiązane trwale z gruntem; - bilboardy umieszczone na konstrukcji składającej się dwóch słupów; - umieszczone na jednej nieruchomości (jeżeli jest o nieruchomość, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy) w odległości mniejszej niż 75 m od innych bilboardów na tej samej działce. Wyłączenie jest uzasadnione ze względu na szczególną charakterystykę nieruchomości, na których sytuowane są wielkopowierzchniowe obiekty handlowe. Nieruchomości te mają dużą powierzchnię, są zagospodarowane w sposób pozwalający na większą różnorodność i zagęszczenie urządzeń reklamowych bez szkody dla walorów estetycznych nieruchomości. Rozmieszczenie i rodzaj urządzeń reklamowych stanowią element zagospodarowania nieruchomości. Jednocześnie, w przypadku negatywnego rozpatrzenia uwagi o powyższej treści wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po

		okresie dostosowawczym) bilboardów wolnostojących niezwiązanych trwale z gruntem, umieszczonych na konstrukcji składającej się z dwóch słupów, umieszczonych na jednej nieruchomości w odległości mniejszej niż 75 m od innych bilboardów na tej samej działce, wprzypadku, gdy spełnione będą łącznie następujące warunki: 1) te bilboardy są usytuowane na terenie nieruchomości, na której został wybudowany wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (tj. obiekt handlowy o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), oraz 2) te bilboardy są umieszczone tej nieruchomości w dniu wejścia w życie Uchwały. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Wskazane w projekcie uchwały odległości, wytyczne dla fundamentowania, czy jednolitego systemu konstrukcji (jednosłupowej) pozwalają na zapanowanie nad chaotycznym sytuowaniem dużych tablic reklamowych o wszystkich możliwych gabarytach, w natłoku względem innych tablic i chaotycznej formie architektonicznej. Fakt istnienia systemowo zaplanowanych miejsc, wypełnionych przez zaprojektowany system billboardów nie oznacza jeszcze wysokiej jakości zagospodarowania przestrzeni. Kilka tablic sytuowanych obok siebie będzie stanowiło większą przesłonę dla krajobrazu (a z obrzeży Nysy widać góry przy dobrej pogodzie) niż tablice reklamowe sytuowane w większej odległości. Konstrukcja jednosłupowa daje większą gwarancję wysokiej jakości estetycznej ze względu na oddziaływanie większych sił niż w przypadku dwóch słupów – wymagają więc staranniejszego zaprojektowania. Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
	12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 3) lit. c) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących flag reklamowych wolnostojących, umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że

dopuszcza się także nieznaczne przekroczenie powierzchni ekspozycyjnej flagi reklamowej (o nie więcej niż 1 m w stosunku do powierzchni określonej w Uchwale).

Wyłączenie jest uzasadnione ze względu na szczególną charakterystykę nieruchomości, na których sytuowane są wielkopowierzchniowe obiekty handlowe. Nieruchomości te mają dużą powierzchnię, są zagospodarowane w sposób pozwalający na większą różnorodność i zagęszczenie urządzeń reklamowych bez szkody dla walorów estetycznych nieruchomości. Rozmieszczenie i rodzaj urządzeń reklamowych stanowią element zagospodarowania nieruchomości.

Jednocześnie, w przypadku negatywnego rozpatrzenia uwagi o powyższej treści wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) flag reklamowych wolnostojących umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się także nieznaczne przekroczenie powierzchni ekspozycyjnej flagi reklamowej (o nie więcej niż 1 m w stosunku do powierzchni określonej w Uchwale), w przypadku, gdy spełnione będą łącznie następujące warunki: 1) te flagi usytuowane na terenie nieruchomości, na której został wybudowany wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (tj. obiekt handlowy o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), oraz 2) te flagi są umieszczone tej nieruchomości w dniu wejścia w życie Uchwały.

Stanowisko Burmistrza Nysy:
negatywne

Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:

Należy zwrócić uwagę, że projekt uchwały jest już bardzo liberalny w tym zakresie – w ogóle dopuszcza duże flagi wolnostojące, wychodząc naprzeciw potrzebom różnych podmiotów, które korzystają z tego typu reklam. Nie podano który wymiar miałby ulec zwiększeniu, stąd trudno jest wprowadzić zmianę, która by satysfakcjonowała podmiot.

Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).

	13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 13) Uchwały (dot. siatki reklamowej - są dwa punkty 13) **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących umieszczania siatki reklamowej i dopuszczenie umieszczania siatki reklamowej, także w innych przypadkach niż określone w § 5 pkt 13) Uchwały, w przypadku, gdy taka siatka reklamowa byłaby umieszczona w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2) lub budowli (np. wiacie na wózki) zlokalizowanej na nieruchomości, na której wybudowany został taki obiekt handlowy. Wynika to ze specyfiki tego rodzaju obiektów, w przypadku których rygorystyczne przepisy Uchwały mogą być złagodzone bez szkody dla estetyki i ładu przestrzennego. Należy podkreślić, że w przypadku Castorama sposób umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach handlowych stanowi część koncepcji tego obiektu, co powoduje, że urządzenia reklamowe są ujednolicone pod względem kolorystycznym i dostosowane do wyglądu budynku oraz spójne z zagospodarowaniem terenu. W przypadku negatywnego rozpatrzenia powyższej uwagi wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) istniejących siatek reklamowych, jeżeli umieszczone są one w Obszarze II, na budynku stanowiącym wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2) lub budowli (np. wiacie na wózki) zlokalizowanej na nieruchomości, na której wybudowany został taki obiekt handlowy. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** częściowo negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Stanowisko pozytywne w zakresie poprawy numeracji. Nie uwzględniono uwagi w pozostałym zakresie. Proponowane rozwiązanie zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto sytuowanie na nieruchomości obiektu handlowego o powierzchni powyżej 2000 m^2 - nierówno traktując inne podmioty sytuujące obiekty o analogicznej powierzchni ale innej funkcji – np. sportowej. Ponadto zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (art 37a ust. 10).
	14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 16) lit. b) i c) Uchwały

Treść uwagi:

Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących tablic wjazdowych, umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że:

- dopuszcza się tablice wjazdowe niezwiązane trwale z gruntem
- dopuszcza się tablice wjazdowe o większej powierzchni (nie większej niż 12 m2)

Postanowienia Uchwały dot. sytuowania tablic wjazdowych nie uwzględniają dotychczasowej praktyki oraz funkcji tablic wjazdowych. Tablice wjazdowe sytuowane są przy drogach, na parkingach, itp. w miejscach, w których ze względu na zmianę organizacji ruchu, konieczność częstych remontów powierzchni, zmian organizacji ruchu, itp. niewskazane i niecelowe jest umieszczanie urządzeń trwale związanych z gruntem. Przy czym brak trwałego związania z gruntem w przypadku tablic wjazdowych oznacza tylko możliwość szybkiego zdemontowania tablicy, jeżeli jest to wymagane, natomiast pozostaje bez wpływu na estetykę takiej tablicy oraz bezpieczeństwo (jest ona mocno przytwierdzona do gruntu).

Ponadto zmniejszenie dopuszczalnych powierzchni tablic wjazdowych zlokalizowanych na nieruchomościach, na których są handlowe obiekty wielkopowierzchniowe, do rozmiarów podanych w Uchwale spowodowałoby, że tablice te utraciłyby nie tylko swoje funkcje reklamowe, ale i informacyjne, gdyż napis nie byłby wystarczająco widoczny dla kierowców. W ten sposób tablice wjazdowe utraciłyby swoją podstawową funkcję, jaką jest zapewnienie bezpieczeństwa i organizacji ruchu pojazdów na drogach dojazdowych i parkingach do obiektów handlowych.

Jednocześnie, w przypadku negatywnego rozpatrzenia uwagi o powyższej treści wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) tablic wjazdowych (z uwzględnieniem uwagi do § 1 pkt 24 Uchwały) umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się także: 1) tablice wjazdowe niezwiązane stale z gruntem, 2) dopuszcza się tablice wjazdowe o powierzchni nie przekraczającej 12 m2, w przypadku, gdy spełnione będą łącznie następujące warunki: 1) te tablice usytuowane są na terenie nieruchomości, na której został wybudowany wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (tj. obiekt handlowy o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), oraz 2) te tablice są umieszczone tej nieruchomości w dniu wejścia w życie Uchwały.

Stanowisko Burmistrza Nysy:

negatywne

Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:

Kodeks Krajobrazowy dla Nysy dotyczy warunków i zasad (...) określonych wyłącznie w zakresie art 37a upzp. Stąd oznaczenia dla

		wjazdów, dostaw oraz inne elementy oznakowania informacyjnego, ze względu na fakt iż nie mieszczą się w zakresie definicji reklamy, nie mogą być traktowane ani jako tablica reklamowa ani jako urządzenie reklamowe. Tym samym nie będą podlegać oddziaływaniu Kodeksu. Jeśli zaś do funkcji informacyjnej zostały dołączone funkcje reklamowe – mówimy wtedy o reklamie i zagadnienie to zostało uregulowane w projekcie Kodeksu. Obserwowane w praktyce oznaczania wjazdów na nieruchomości, gdzie jeden wjazd prowadzi do wielu podmiotów sytuowanych w różnych miejscach i konieczne jest dodanie nazwy lub logo podmiotu do którego prowadzą, w myśl upzp stanowią reklamę i zostały poddane regulacji w uchwale. Przy czym należy zwrócić uwagę, że wskazanie wyjazdu nie ma już związku z działalnością do której się dojeżdża tylko z potrzebą wyjazdu. Samo oznaczenie typu: „dostawa" czy „wyjazd" nawet jeśli zawiera np. infografikę samochodu dostawczego czy wizerunek wyjeżdżającego samochodu nie jest reklamą. Ponadto wymóg trwałego związania z gruntem i ograniczenie wymiarów jest podyktowane estetyką i funkcją takiej reklamy. Pierwsze oznacza konieczność fundamentowania zamiast sytuowania na płycie betonowej (co jest ponadto niebezpieczne dla pojazdów), drugie zaś ma ograniczyć przerost informacji na takiej tablicy. Jak sama nazwa wskazuje chodzi o oznaczenie wjazdu do danej działalności a nie coś więcej. Do dodatkowej informacji dedykowane są np. pylony lub gabloty. Dodatkowo proponowane przez składającego uwagę rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
	15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 pkt 17) lit. c) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zliberalizowanie zasad dotyczących totemów reklamowych, umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się lokalizowanie na takich nieruchomościach totemów o większych gabarytach, w szczególności o wysokości nie przekraczającej 25 m i o maksymalnych wymiarach formy przestrzennej nieprzekraczających 35 m2. Wyłączenie jest uzasadnione ze względu na szczególną charakterystykę nieruchomości, na których sytuowane są

		wielkopowierzchniowe obiekty handlowe. Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe sytuowane są poza centrum miasta, na obszarach przeznaczonych na prowadzenie działalności handlowej wraz z towarzyszącymi usługami. W stosunku do tych obiektów i obszarów uzasadnione jest stosowanie mniej rygorystycznych ograniczeń w zakresie umieszczania tablic i urządzeń reklamowych. Ze względu na dużą kubaturę obiektów handlowych rozmiary tablic i urządzeń reklamowych, w tym totemów reklamowych, przekraczają zwykle maksymalne rozmiary dopuszczone zgodnie z Uchwałą, a jednocześnie nie narusza to proporcji urządzenia reklamowego do powierzchni elewacji lub kubatury obiektu. Należy jednocześnie podkreślić, że w przypadku obiektów Castorama totemy reklamowe umieszczane na terenie Nieruchomości, są spójne co do koncepcji kolorystycznej, graficznej, itp. ze standardem przyjętym dla innych tablic i urządzeń reklamowych usytuowanych na terenie otaczającym obiekt handlowy oraz z kolorystyką i bryłą budynku obiektu handlowego. Totemy reklamowe z logo Castorama stanowią element koncepcji zagospodarowania nieruchomości, na których zlokalizowane są sklepy Castorama. Koncepcja ta przewiduje umieszczanie totemów reklamowych o gabarytach znacznie przekraczających rozmiary proponowane w Uchwale, co jest zgodne z praktyką innych przedsiębiorców prowadzących działalność w obiektach wielkopowierzchniowych. Wobec powyższego zachowanie rygorystycznych ograniczeń dotyczących wielkości totemów reklamowych przewidzianych w Uchwale, narażałoby Castorama i innych przedsiębiorców prowadzących działalność w obiektach wielkopowierzchniowych. na duże koszty związane z koniecznością usunięcia części istniejących totemów reklamowych, z czym związana byłaby także utrata nakładów poniesionych na ich realizację. Ponadto, dostosowanie totemów reklamowych zlokalizowanych na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe do ograniczeń nałożonych Uchwałą powodowałoby, że nie spełniałyby one swojej funkcji informacyjnej (nie byłyby wystarczająco widoczne). W konsekwencji niezastosowanie postulowanego zwolnienia stanowiłoby daleko idące ograniczenie swobody działalności gospodarczej, a jednocześnie wprowadzenie zwolnienia nie jest sprzeczne z celami Uchwały. Jednocześnie, w przypadku negatywnego rozpatrzenia uwagi o powyższej treści wnoszę o dopuszczenie pozostawienia (także po okresie dostosowawczym) totemów reklamowych umieszczonych w Obszarze II, na nieruchomości, na której usytuowany jest wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), w ten sposób, że dopuszcza się lokalizowanie na takich nieruchomościach totemów o większych gabarytach, w szczególności o wysokości nie przekraczającej 25 m i o maksymalnych wymiarach formy przestrzennej nieprzekraczających 35 m2, w przypadku, gdy spełnione będą łącznie następujące warunki: 1) te totemy usytuowane na terenie nieruchomości, na której został wybudowany wielkopowierzchniowy obiekt handlowy (tj. obiekt

		handlowy o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m2), oraz 2) te totemy są umieszczone tej nieruchomości w dniu wejścia w życie Uchwały. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** negatywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Warto zauważyć, że zgodnie z art. 10a ust. 2 pkt 3a i 3b obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m2 objęte są specjalnymi wymogami – muszą być ujęte w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego oraz w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego. Jest to wymóg podyktowany ponadprzeciętnie dużym spektrum oddziaływania na obszar gminy i sąsiedztwa danej inwestycji. Wynika to nie tylko z rozmiaru obiektu, ale również z wpływu na przestrzeń i funkcje miasta. Stąd przy tworzeniu projektu Uchwały zostały przeanalizowane te relacje i zaproponowano zapisy, ujmujące specyfikę obiektów tej wielkości. Stąd oparto się na zasadzie proporcji reklam względem obiektu w zakresie wysokości – dwukrotność względem obiektu sąsiedniego (zasady ogólne), ale nie więcej niż 17 m (zasady szczegółowe). Proponowane rozwiązanie łamie obie zasady, pozwalając na sytuowanie totemu zbyt dużego w stosunku do obiektu przy którym się znajduje i za dużego w ogóle. Warto natomiast zwrócić uwagę, że określając terminy dostosowania szczególnie potraktowano reklamy, które uzyskały pozwolenie na budowę, wydłużając czas ich dostosowania aż pięciokrotnie w stosunku do innych reklam. Z drugiej strony, proponowane przez podmiot opiniujący rozwiązanie alternatywne zostało sformułowane w sposób, który prowadzi do zwolnienia podmiotowego – jako kategorię przyjęto tablice reklamowe i urządzenia reklamowe konkretnej działalności. Takie zapisy oznaczałyby, że nierówno potraktowane zostały inne podmioty sytuujące inne tablice lub urządzenia reklamowe. Co więcej zwolnienie takie nie znajduje podstawy prawnej w upzp, gdzie w art 37a brak jest zapisu o możliwości zwolnienia jakichkolwiek rodzajów istniejących w dniu wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – ustawodawca potraktował reklamy odmiennie niż np. małą architekturę (zob art 37a ust. 10).
Osoba fizyczna złożyła uwagi następującej treści:	**16.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Ogólna uwaga **Treść uwagi:** W tekście widać nieliczne niepotrzebne spacje, niespójność niektórych definicji i późniejszych pozycji w tekście, niespójność odmiany wyrazów w zdaniu i jedno rażące powtórzenie całego akapitu (ostatnia kreska par 4 pkt 2 lit d) – takie błędy trzeba poprawić!

		Stanowisko Burmistrza Nysy: pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Uwaga jest zasadna, wskazane błędy wystąpiły, zostaną poprawione w pełnym zakresie.
	17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 1 ust 1 pkt 1 **Treść uwagi:** Definicja banneru jest dobra, ale w ustawie stwierdzono, że jest to pewien typ tablicy reklamowej, więc w definicji należałoby użyć tego pojęcia zamiast reklamy. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Uwaga zasadna, poprawiono definicję: „banerze reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze innej niż siatka, nieposiadającą własnej konstrukcji, z wyłączeniem reklam umieszczanych w gablotach ekspozycyjnych;"
	18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 1 ust 1 pkt 5 **Treść uwagi:** Definicja kasetonu też jest dobra, ale kasetony nie zawsze są podświetlone – warto to uwzględnić. I jest to raczej zamknięta skrzynka/pudełko niż zamknięta konstrukcja – to nic nie mówi, każda konstrukcja jest zamknięta, żeby miała sztywność. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Uwaga zasadna, poprawiono definicję: „kasetonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła;"
	19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 3 pkt 2 lit c

		Treść uwagi: 20% w stosunku do wartości proporcjonalnej nie brzmi dobrze, lepiej napisać 1/5. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Intencją było utrzymanie jednego systemu oznaczania wartości cząstkowych, jednak należy się zgodzić, że w przypadku proporcji wyrażenie ułamkowe jest trafniejsze. Poprawiono wartość.
	20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 3 pkt 3 lit d **Treść uwagi:** Trochę trudno wyobrazić sobie takie duże pole bez reklam przy kamerze – przecież kamery są przy narożnikach, a tam się stawia słupy z ogłoszeniami, inne szyldy. Proponuję to jakoś rozpisać jak dla odległości SIM, tylko wartości większe, może nawet te 15 m dla dużych reklam wolnostojących. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Uwaga nie zawiera precyzyjnych wskazań, powinna jednak zostać uwzględniona, gdyż argumentacja jest właściwa. Wprowadza się korektę: „d) pola widoczności kamer wizyjnych monitoringu miejskiego, względem których określa się minimalne odstępy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: - 7 m dla wysięgników/semaforów i flag reklamowych sytuowanych na tej samej elewacji, - 15 m od rzutu punktu sytuowania kamery dla reklam wolno stojących, innych niż słup ogłoszeniowo-reklamowy, stojak reklamowy i gablota ekspozycyjna,"
	21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 4 **Treść uwagi:** A co z obiektami typu bankomaty/ automaty z napojami – one nie mogą mieć szyldu? Chyba trzeba to określić, np. dopuszczone nalepki wielkości małych tabliczek na 3 ścianach urządzenia. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne

		Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy: Oznakowanie tego typu urządzeń, zgodnie z definicją ustawową należy traktować jak szyld, stąd poddaje się korekcie zapis §4 pkt 1 lit. b: „b) na innych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych lub urządzeniach technicznych do wysokości 3 m;" oraz wprowadza się §4 pkt 2 lit. e o treści: „e) szyldy naklejane lub litery malowane na urządzeniach technicznych: - ogranicza się maksymalną powierzchnię ekspozycyjną na jednej ścianie urządzenia do 0,3 m2; - dopuszcza się sytuowanie na maksymalnie trzech ścianach urządzenia."
	22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 4 pkt 2 **Treść uwagi:** Zaproponowano 4 szyldy po jednym z każdego rodzaju, po czym zaproponowano 4 rodzaje... Może niech każdy może wybrać czy potrzebuje 3 semafory i naklejki albo dwa kasetony i dwie tabliczki... **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Pierwotnie planowana regulacja zbyt ograniczała możliwość wyboru szyldów przez przedsiębiorców. Wprowadza się korektę: „dopuszcza się maksymalnie 4 szyldy które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z wymienionych poniżej rodzajów:"
	23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 4 pkt 2 lit a **Treść uwagi:** Odniesienie do gminnej ewidencji zabytków jest chyba przesadą – powinno być dla budynków w rejestrze zabytków – ewidencja może łatwo się zmienić, a ktoś już zainwestuje w szyldy które by musiał zmieniać... **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Pierwotnie planowana regulacja nadto ograniczała możliwość sytuowania szyldów. Zastąpiono słowa „gminnej ewidencji" słowem „rejestrze".
	24.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 pkt 2 lit b i c **Treść uwagi:** Billboardy na budynkach nie powinny być dopuszczone aż takie duże

		jak na słupach. Lepiej je ograniczyć do 9m2, bo określenie odległości 1m to niewystarczający warunek. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Zauważona różnica między billboardami sytuowanymi na budynkach i wolno stojących jest zasadna i należy ją ograniczyć do 9 m^2 – doprecyzowana została litera b w tym zakresie.
	25.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 pkt 2 lit d ostatnia kreska **Treść uwagi:** Ostatnie słowo powinno być „nieruchomości" inaczej jeden właściciel będzie mógł sztucznie dogęszczać reklamy dzieląc nieruchomość na małe działki... **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Po przeanalizowaniu problemu uznano, że zmiana wyrazu „działki" na „nieruchomości" będzie trafniejszą odpowiedzią na problem zbyt dużego zagęszczenia reklam.
	26.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 pkt 5 lit b **Treść uwagi:** Kasetony powinny być zakazane tylko na zabytkach w rejestrze zabytków. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Konsekwencją uznania wcześniejszej uwagi jest zmiana we wskazanym miejscu.
	27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 **Treść uwagi:** Nie ma nic o neonach! Powinny być dopuszczone tak jak litery przestrzenne – neony są ładnie wpisane w polską kulturę reklamową PRL – akurat tego nie warto blokować

		Stanowisko Burmistrza Nysy: pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Dla neonów, które znalazły się w zbiorze definicji w paragrafie pierwszym nie zostały określone zasady i warunki szczegółowe, co oznaczałoby możliwość ich zastosowanie jedynie jako szyldów. Praktyka PRL pokazała jednak, że ta interesująca forma plastyczna może być z powodzeniem stosowana również jako większe reklamy. Dlatego uwaga została uwzględniona, w pkt 9 został wprowadzony neon, co skutkowało również zmianą numeracji pozostałych reklam dopuszczonych uchwałą.
	28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 pkt 9 **Treść uwagi:** „bez wyodrębnionej podstawy – znane są przykłady ładnych pylonów, gdzie dolna część jest lekko wcięta i to powinno być dopuszczone. Ale nie może być dopuszczony widoczny fundament! **Stanowisko Burmistrza Nysy:** pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Uwaga oddaje intencję zapisu, który mógł pozostawiać wątpliwość z tym zakresie. Po dokonaniu korekty zapis brzmi: „a) dopuszcza się sytuowanie pylonów wyłącznie w formie trwale związanej z gruntem;". Wymaga to również korekty definicji pylonu, która w poprawionym brzmieniu ma treść: „16) **pylonie** – należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, mocowaną w gruncie, o stałym przekroju poziomym wpisanym lub opisanym w prostokąt oraz o rzutach pionowych w formie prostokątów, stanowiącą tło dla umieszczonych na nim reklam, niekiedy posiadającą wyróżnioną plastycznie (mniejszą od przekroju głównego) część cokołową. Wyróżnia się: (...)"
	29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 5 pkt 15 lit a i c **Treść uwagi:** Inne wartości dla strzałeczek są na stronie internetowej – trzeba tu poprawić. **Stanowisko Burmistrza Nysy:** Pozytywne **Uzasadnienie rozstrzygnięcia Burmistrza Nysy:** Słusznie zauważone niespójność zostały poprawione litery a) wartość 3,2 m oraz c) wartość 3,2.

II. Lista uwag nieuwzględnionych:

1. Uwagi nieuwzględnione w całości zawarte są w następujących pozycjach tabeli: **2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15;**

2. Uwagi nieuwzględnione w części zawarte są w następujących pozycjach tabeli: **1, 13**

III. Lista uwag uwzględnionych:

3. Uwagi uwzględnione w całości zawarte są w następujących pozycjach tabeli: **16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29.**

BURMISTRZ NYSY
Kordian Kolbiarz

Użyte skróty:

*) **Kodeks Krajobrazowy dla Nysy; Kodeks** - oznacza zasady i warunki sytuowania na terenie Gminy Nysa obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, opracowane na podstawie art. 37a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1073);

) **upzp – oznacza ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1073);

***) **zasad i warunków (...)** – oznacza uchwałę w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, określoną w art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1073);

ARCHITEKT MIEJSKI
Roman Jabłoński