

UCHWAŁA NR/.....
RADY MIASTA POZNANIA
z dnia r.

w sprawie **zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Poznania.**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 559) oraz art. 37 a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503) uchwala się, co następuje:

§ 1

Uchwala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, a także ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, obowiązujące w całym Poznaniu, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

§ 2

Ileokroć w dalszych przepisach uchwały jest mowa o:

- 1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć wolno stojące urządzenie reklamowe połączone trwale z gruntem, o jedno- lub dwustronnej powierzchni ekspozycji reklamy na wspólnej konstrukcji nośnej w układzie poziomym, o wysokości sytuowania dolnej krawędzi

powierzchni ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 2,2 m, dopuszczone w następujących wersjach:

- a) wersja I – o pojedynczej powierzchni ekspozycji reklamy od 6 m² do 9 m² i wysokości urządzenia nie większej niż 6 m;
 - b) wersja II – o pojedynczej powierzchni ekspozycji reklamy od 17 m² do 18 m² i wysokości urządzenia nie większej niż 10 m;
- 3) **budynku kultury** – należy przez to rozumieć ogólnodostępny obiekt kulturalny, budynek muzeum lub biblioteki;
 - 4) **budynku oświaty** – należy przez to rozumieć budynek szkoły lub instytucji badawczej;
 - 5) **citylightcie** – należy przez to rozumieć wolno stojące lub umieszczone na obiekcie budowlanym urządzenie reklamowe o jedno- lub dwustronnej podświetlonej powierzchni ekspozycji reklamy lub w formie wyświetlacza w układzie pionowym, o dopuszczonej jednostronnej powierzchni ekspozycji reklamy do 2,2 m² i wysokości do 3 m;
 - 6) **ekspozytorze** – należy przez to rozumieć wolno stojące urządzenie reklamowe niepołączone trwale z gruntem, przeznaczone do czasowej promocji (balony, powłoki pneumatyczne itp.);
 - 7) **kasetonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe jednobryłowe przestrzenne, bez wypełnienia, z możliwością podświetlania;
 - 8) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć formę reklamy wykonaną technikami plastycznymi bezpośrednio na elewacji budynku, stanowiącą indywidualną kompozycję artystyczną w postaci wielkoformatowej grafiki ściennej;
 - 9) **nieruchomości** – należy przez to rozumieć nieruchomość zgodnie z art. 46 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U z 2022 r. poz. 1360);
 - 10) **obiekcie sportu** – należy przez to rozumieć budynek kultury fizycznej, boisko lub budowlę sportową;
 - 11) **odległości** – należy przez to rozumieć odcinek mierzony pomiędzy punktami, które są rzutami pionowymi najbliższych skrajnych elementów obiektów, a w przypadku drzewa – od pnia, mierzony na wysokości 1 m nad poziomem terenu;
 - 12) **ogrodzeniach ażurowych** – należy przez to rozumieć ogrodzenia, w których udział prześwitów stanowi nie mniej niż 40% powierzchni pojedynczego przęsła;
 - 13) **pasie ekspozycyjnym** – należy przez to rozumieć część elewacji zamykającą się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych w parterze a gzymsem wieńczącym pierwszą kondygnację nadziemną lub – w razie braku gzymsu – dolną

krawędzią otworów okiennych lub drzwi pierwszego piętra, a w przypadku budynków parterowych górną krawędzią elewacji;

- 14) **potykaczu** – należy przez to rozumieć wolno stojące, przenośne urządzenie reklamowe o wysokości nie większej niż 0,9 m i szerokości nie większej niż 0,7 m, składające się z dwóch prostokątnych tablic złączonych wzdłuż górnej krawędzi, których łączna powierzchnia ekspozycji reklamy jest nie większa niż 1 m²;
- 15) **pylonie** – należy przez to rozumieć wolno stojące urządzenie reklamowe, połączone trwale z gruntem, o jedno- lub dwustronnej ekspozycji reklamy w układzie pionowym z wyłączeniem wyświetlaczy, dopuszczone w następujących wymiarach:
- a) rozmiar 1 – szerokość do 0,8 m i wysokość do 2 m włącznie,
 - b) rozmiar 2 – szerokość do 1 m i wysokość od 2 m do 3 m włącznie,
 - c) rozmiar 3 – szerokość do 2,5 m i wysokość od 3 m do 8 m włącznie,
 - d) rozmiar 4 – szerokość do 5,5 m i wysokość od 8 m do 15 m włącznie oraz łączna powierzchnia ekspozycji reklamy nie większa niż 60 m²,
 - e) rozmiar 5 – szerokość do 7 m i wysokość od 15 m do 25 m włącznie oraz łączna powierzchnia ekspozycji reklamy nie większa niż 85 m²;
- 16) **pylonie cenowym** – należy przez to rozumieć wolno stojące urządzenie reklamowe, prezentujące cenę, połączone trwale z gruntem, o jedno- lub dwustronnej ekspozycji reklamy z dopuszczeniem wyświetlacza (którego powierzchnia nie przekroczy 2 m²), dopuszczony w dwóch wersjach:
- a) wersja A – o szerokości do 1 m i wysokości od 2 m do 3 m włącznie,
 - b) wersja B – o szerokości od 2 m do 3 m i wysokości od 3,5 m do 8 m włącznie;
- 17) **slupie reklamowym** – należy przez to rozumieć wolno stojące urządzenie reklamowe w kształcie walca o wysokości od 3 m do 4,5 m i średnicy od 1,25 m do 1,75 m oraz powierzchni ekspozycji reklamy od 6 m² do 13 m², dopuszczone w dwóch wersjach:
- a) wersja A – bez podświetlonej powierzchni ekspozycji reklamy;
 - b) wersja B – z podświetloną powierzchnią ekspozycji reklamy;
- 18) **Systemie Informacji Miejskiej (SIM)** – należy przez to rozumieć ujednolicony system informacji, obejmujący tablice i urządzenia, stanowiące elementy systemu informacji adresowej, kierunkowej oraz turystycznej – inne niż znaki drogowe;
- 19) **szerokości** – należy przez to rozumieć szerokość urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej, w tym szyldu;

- 20) **ścianie ślepej** – należy przez to rozumieć ścianę bez otworów okiennych lub drzwiowych albo z otworami okiennymi lub drzwiowymi, których powierzchnia nie przekracza 5% powierzchni tej ściany;
- 21) **tablicy systemowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe o grubości nie większej niż 0,15 m i powierzchni ekspozycji reklamy jednej strony nie większej niż 4 m², dopuszczone w dwóch wersjach:
- a) wersja A – połączone trwale z gruntem, wolno stojące o jedno- lub dwustronnej powierzchni ekspozycji reklamy w układzie poziomym na wspólnej konstrukcji nośnej i wysokości urządzenia nie większej niż 3,5 m,
 - b) wersja B – o jednostronnej powierzchni ekspozycji, umieszczane na elewacji budynku;
- 22) **wysokości** – należy przez to rozumieć wysokość urządzenia reklamowego wolno stojącego lub tablicy reklamowej wolno stojącej, w tym szyldu;
- 23) **wyświetlaczu** – należy przez to rozumieć elektroniczne urządzenie, którego powierzchnia służy do wyświetlania obrazu.

§ 3

1. Wyznacza się następujące obszary o różnych regulacjach dotyczących zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:
 - 1) obszar staromiejski, oznaczony na załącznikach nr 1 i 2 symbolem OS;
 - 2) centrum i historyczne dzielnice, oznaczone na załącznikach nr 1 i 2 symbolem CHD;
 - 3) obszar zurbanizowany, oznaczony na załącznikach nr 1 i 2 symbolami Z1, Z2;
 - 4) obszar przyrodniczy, oznaczony na załącznikach nr 1 i 2 symbolami P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7.
2. Opis określający granice wyznaczonych obszarów stanowi załącznik nr 1, a przedstawienie graficzne opisu granic stanowi załącznik nr 2 do uchwały.
3. Informację o rozpatrzeniu nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Poznania uwag wniesionych do wyłożonego projektu uchwały stanowi załącznik nr 3 do uchwały.

§ 4

Obszar staromiejski

1. W zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) ustala się:

- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, a także tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
- b) zastosowanie materiałów, takich jak: metal, drewno, szkło lub jego imitacje, płyty kompozytowe, beton, a w przypadku banerów reklamowych – również tworzywa i tkaniny sztuczne;

2) dopuszcza się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe:

- a) w formie gabloty o powierzchni nie większej niż 0,5 m² i grubości nie większej niż 0,1 m lub tablicy o powierzchni nie większej niż 0,7 m², umieszczonej równolegle do ściany na elewacji budynku, przy wejściu do lokalu gastronomicznego,
- b) w oknie lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, z wyłączeniem wyświetlaczy, w odległości nie większej niż 0,2 m od wewnętrznej strony szyby i powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% powierzchni okna,
- c) w formie wyklejenia od wewnętrznej strony szyby o łącznym formacie nie większym niż A dla jednego lokalu niemieszkalnego,
- d) w formie muralu reklamowego na ścianie ślepej budynku o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 5% jego powierzchni,
- e) w formie baneru reklamowego:
 - umieszczonego pionowo na elewacji budynku kultury objętego ochroną konserwatorską, o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 5 m², mocowanego w odległości nie mniejszej niż 0,1 m od ściany, równolegle lub prostopadle, o wysięgu zewnętrznej krawędzi nie większym niż 0,7 m, przy czym nie więcej niż dwa banery reklamowe na budynku,
 - umieszczonego równolegle do elewacji budynku kultury nieobjętego indywidualną ochroną konserwatorską, o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 10% powierzchni tej elewacji, mocowanego w odległości nie większej niż 0,1 m od ściany,

- f) w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z elewacją budynku, z zastrzeżeniem, iż reklama nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej i może być umieszczona na okres nie dłuższy niż rok, a ponowne umieszczenie nie może nastąpić wcześniej niż po upływie 5 lat od ostatniego zakońzonego okresu trwania robót budowlanych,
- g) w formie masztu o wysokości nie większej niż 8 m z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 3 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, w liczbie nie większej niż cztery maszty na terenie nieruchomości zabudowanej budynkiem kultury, budynkiem oświaty bądź obiektem sportu, z wyłączeniem płyty Starego Rynku,
- h) w formie citylightów stanowiących element wiat przystankowych, w liczbie nie większej niż trzy dla pojedynczej wiaty i nie większej niż sześć na jeden peron przystankowy,
- i) w formie banerów reklamowych o powierzchni nie większej niż 2 m² i wysięgu nie większym niż 0,7 m, mocowanych na latarniach wzdłuż ul. E. Estkowskiego, przed wydarzeniem odbywającym się na obszarach przestrzeni publicznych i w czasie jego trwania, jednocześnie nie dłużej niż 14 dni,
- j) w formie słupów reklamowych:
- w wersji A zlokalizowanych w odległości nie mniejszej niż 50 m od innego słupa reklamowego i nie mniejszej niż 30 m od citylightu,
 - w wersji B zlokalizowanych wzdłuż dróg głównych oraz zbiorczych w odległości nie mniejszej niż 50 m od innego słupa reklamowego i nie mniejszej niż 30 m od citylightów,

z zastrzeżeniem ust. 1 pkt 3 lit d,

- k) wystawiane w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego:
- w formacie A3 do wysokości nie większej niż 1,5 m, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
 - w formie potykacza, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
- l) w formie ekspozytorów umieszczanych na terenie wydarzenia odbywającego się w przestrzeni publicznej,
- m) umieszczane na elementach Systemu Informacji Miejskiej, wzdłuż ulicy Podwale,
- n) w formie naklejek lub nadruków o łącznej powierzchni nie większej niż 5% płaszczyzny, na której są umieszczone, na bankomatach, biletomatach,

- wpłatomatach, automatach sprzedających, automatach przechowujących przesyłki lub automatach służących do wykonywania innego rodzaju usług,
- o) w formie nadruków na lambrekinach parasoli stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych;
- 3) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
- a) w innych formach niż dopuszczone w pkt 2, z wyjątkiem historycznych form reklam poprzez ich odtworzenie w zakresie gabarytów, materiałów, kolorów, chyba że inaczej określono w przepisach odrębnych,
 - b) na terenach zieleni z dopuszczeniem pkt 2 lit. k oraz l,
 - c) na zbiornikach wodnych i wodach płynących
 - d) w formie słupów reklamowych na przystankach, na których zlokalizowane są citylighty.

2. W zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów, ich gabarytów oraz liczby:

- 1) ustala się:
- a) sytuowanie szyldów w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
 - b) zachowanie tej samej wysokości poszczególnych form szyldów umieszczanych na budynku, kiosku ulicznym i pawilonie sprzedaży ulicznej, zadaszeniu, wiacie, pylonie lub tablicy,
 - c) dla każdego podmiotu prowadzącego działalność w piwnicy lub w parterze budynku, kiosku ulicznym lub pawilonie sprzedaży ulicznej lokalizację nie więcej niż dwóch form szyldów dopuszczonych w pkt 2, przy czym łączna ich liczba nie może przekroczyć 10 sztuk,
 - d) dla każdego podmiotu prowadzącego działalność poza piwnicą lub parterem budynku lokalizację jednego szyldu o powierzchni nie większej niż 0,2 m², umieszczonego przy wejściu do budynku w formie:
 - tablicy o wymiarach nie większych niż 2 m wysokości i 0,8 m szerokości,
 - zwartej kompozycji szyldów o łącznej powierzchni nie większej niż 1,6 m²,
 - pojedynczej tablicy systemowej,
- 2) dopuszcza się szyldy:

- a) w formie tablic i kasetonów mocowanych prostopadle do ściany budynku, na wysokości od 2,5 m do 4 m od poziomu terenu, o wysięgu zewnętrznej krawędzi nie większym niż 0,7 m, grubości nie większej niż 0,06 m i łącznej powierzchni dwustronnej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,4 m², w odległości nie mniejszej niż 3 m od siebie,
- b) w formie płaskich liter lub znaków mocowanych równolegle do ściany bądź wykonanych bezpośrednio na ścianie budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości nie większej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m,
- c) w formie wyklejenia od wewnętrznej strony szyby lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, na powierzchni nie większej niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- d) w formie kasetonów lub neonów umieszczanych w oknach lub drzwiach lokalu niemieszkalnego w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej po wewnętrznej stronie szyby, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- e) przestrzennych liter lub znaków umieszczanych w oknach lub drzwiach lokalu niemieszkalnego w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- f) w formie liter lub znaków o grubości nie większej niż 0,06 m i łącznej powierzchni nie większej niż 5 m², umieszczanych na elewacjach budynków kultury i budynków hoteli równolegle lub prostopadle, o wysięgu nie większym niż 0,7 m od ściany, przy czym nie więcej niż jedno urządzenie tego typu na elewacji,
- g) w przypadku budynku położonego w odległości większej niż 6 m od zewnętrznej krawędzi jezdni w formie:
 - pojedynczej tablicy umieszczonej na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 0,2 m²,
 - pylonu w rozmiarze 1 umieszczonego przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
- h) w formie nadruków na lambrekinach markiz znajdujących się w parterach budynków,
- i) umieszczane na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych.

Obszar centrum i historycznych dzielnic

1. W zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) ustala się:

- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, a także tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
- b) zastosowanie materiałów takich jak: metal, drewno, szkło lub jego imitacje, płyty kompozytowe, beton, a w przypadku banerów reklamowych – również tworzywa i tkaniny sztuczne,

2) dopuszcza się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe:

a) w formie gabloty:

- o powierzchni nie większej niż 0,5 m² i grubości nie większej niż 0,1 m umieszczonej równolegle do ściany budynku przy wejściu do lokalu gastronomicznego lub
- o powierzchni nie większej niż 1 m² i grubości nie większej niż 0,1 m umieszczonej równolegle do ściany, przy wejściu do budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² lub stacji paliw,

b) w formie tablicy o powierzchni nie większej niż 0,5 m² umieszczonej równolegle do ściany na elewacji budynku, przy wejściu do lokalu gastronomicznego,

c) w oknie lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, w odległości nie większej niż 0,2 m od wewnętrznej strony szyby i powierzchni ekspozycji nie większej niż 30% powierzchni okna,

d) po wewnętrznej stronie szklanej elewacji budynku niemieszkalnego, w odległości nie większej niż 0,2 m od szyby i powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% tej elewacji,

- e) w formie wyklejenia od wewnętrznej strony szyby lokalu niemieszkalnego, znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, na powierzchni nie większej niż 20% łącznej powierzchni okna lub drzwi,
- f) w formie muralu reklamowego na ścianie ślepej budynku,
- g) w formie baneru reklamowego umieszczonego pionowo na elewacji budynku kultury, o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 5 m², mocowanego w odległości nie mniejszej niż 0,1 m od ściany, równoległe lub prostopadłe, o wysięgu zewnętrznej krawędzi nie większym niż 0,8 m, przy czym nie więcej niż dwa banery reklamowe na budynku,
- h) w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z elewacją budynku, z zastrzeżeniem, iż reklama nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej i może być umieszczona na okres nie dłuższy niż rok, a ponowne umieszczenie nie może nastąpić wcześniej niż po upływie 5 lat od ostatniego zakońzonego okresu trwania robót budowlanych,
- i) umieszczane na ogrodzeniu placu budowy, w jego obrysie, na okres nie dłuższy niż 2 lata, przy czym powierzchnia ekspozycji nie może przekraczać 50% powierzchni tego ogrodzenia,
- j) w formie citylightów:
 - umieszczanych na elewacji w obrębie parteru budynku handlowo-usługowego, w liczbie nie większej niż dwa na jednej elewacji, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
 - umieszczanych na elewacji w obrębie parteru budynku zlokalizowanego na nieruchomości zabudowanej budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², w odległości nie mniejszej niż 3 m od siebie, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
 - wolno stojących położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym, przy czym nie więcej niż cztery urządzenia na każde 0,5 ha terenu, w odległości nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego,
 - wolno stojących położonych przed budynkami kultury, w liczbie nie większej niż cztery, w odległości nie mniejszej niż 5 m od siebie i nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego,

- wolno stojących położonych wzdłuż dróg publicznych w odległości nie mniejszej niż 3 m od budynku, nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego, pylonu lub citylightu,
- stanowiących element wiat przystankowych, w liczbie nie większej niż trzy dla pojedynczej wiaty i nie większej niż sześć na jeden peron przystankowy,
- umieszczanych na ścianach przejść podziemnych, kiosków ulicznych i toalet publicznych,

k) w formie wyświetlaczy:

- umieszczanych na ścianach przejść podziemnych,
- o wysokości nie większej niż 0,8 m, na długości nie większej niż 80% jednej elewacji umieszczanych w obrębie najniższej kondygnacji obiektu sportu o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 5 tys. m²,
- sytuowanych zgodnie z pkt 2 lit. c oraz d,

l) w formie masztów o wysokości:

- nie większej niż 8 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 3 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, zlokalizowanych bezpośrednio przed budynkami kultury lub budynkami oświaty bądź obiektami sportu, w liczbie nie większej niż cztery maszty na terenie jednej nieruchomości, lub
- nie większej niż 12 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 5 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, zlokalizowanych na nieruchomości zabudowanej co najmniej jednym budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², przy czym nie więcej niż sześć urządzeń tego typu umieszczonych przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,

m) w formie billboardów w wersji I lub II, usytuowanych prostopadle do osi jezdni, położonych wzdłuż głównych dróg ruchu przyspieszonego, z wyłączeniem odcinków dróg przebiegających przez tereny parków oraz skwerów, w odległości nie większej niż 16 m od zewnętrznej krawędzi jezdni oraz w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od pnia drzewa,
- 1 m od ogrodzenia,
- 10 m od budynku,
- 25 m od niskiego budynku mieszkalnego jednorodzinnego,
- 100 m od budynku indywidualnie wpisanego do rejestru zabytków,
- 200 m od sąsiedniego billboardu położonego wzdłuż tej samej strony drogi,

- 30 m od pylonu w rozmiarze 3 położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
 - 30 m od słupa reklamowego,
- n) w formie pylonu w rozmiarze 3 na nieruchomości zabudowanej co najmniej jednym budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², w odległości nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego oraz billboardu, przy czym nie więcej niż cztery pylony na nieruchomości,
- o) w formie banerów reklamowych o powierzchni nie większej niż 2 m² i wysięgu nie większym niż 0,7 m, mocowanych na latarniach wzdłuż ul. F.D. Roosevelta, ul. K. Pułaskiego do ul. F. Nowowiejskiego, ul. F. Nowowiejskiego do ul. Solnej, ul. Solnej, ul. Wolnica, ul. Małe Garbary, ul. E. Estkowskiego, ul. S. Wyszyńskiego, ronda Śródka, ul. Jana Pawła II, ronda Rataje, fragmentu ul. Bolesława Krzywoustego od ronda Rataje w kierunku zachodnim, ul. Królowej Jadwigi, ul. S. Matyi oraz wzdłuż ul. Św. Marcin od ronda Kaponiera do ul. F. Ratajczaka, przed wydarzeniem odbywającym się na obszarach przestrzeni publicznych i w czasie jego trwania, jednocześnie nie dłużej niż 14 dni,
- p) w formie słupów reklamowych w wersji A oraz B zlokalizowanych w odległości nie mniejszej niż:
- 50 m od innego słupa reklamowego,
 - 30 m od billboardu, pylonu lub citylightu,
- z zastrzeżeniem ust. 1 pkt 3 lit d,
- r) w formie pylonu cenowego w wersji A zlokalizowanego bezpośrednio przy zjeździe na teren stacji paliw,
- s) w formie tablic systemowych w wersji B w układzie poziomym, o jednakowych wymiarach, umieszczonych na elewacji budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m², w liczbie nie większej niż trzy tablice na budynku,
- t) w formie naklejek lub nadruków o łącznej powierzchni nie większej niż 5% płaszczyzny, na której są umieszczone na bankomatach, biletomatach, wpłatomatach, automatach sprzedających, automatach przechowujących przesyłki lub automatach służących do wykonywania innego rodzaju usług,
- u) wystawiane w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego:
- w formacie A3 do wysokości nie większej niż 1,5 m, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
 - w formie potykacza, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,

- v) w formie ekspozytorów umieszczanych na terenie wydarzenia odbywającego się na obszarach przestrzeni publicznych,
 - w) w formie nadruków na lambrekinach parasoli stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych,
 - x) umieszczane na elementach Systemu Informacji Miejskiej wzdłuż ulicy Hetmańskiej, ul. S. Przybyszewskiego, ul. S. Żeromskiego, ul. Niestachowskiej oraz ul. Prymasa A. Hłonda;
- 3) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
- a) w innych formach niż dopuszczone w pkt 2, z wyjątkiem historycznych form reklam poprzez ich odtworzenie w zakresie gabarytów, materiałów, kolorów, oraz przepisów odrębnych,
 - b) na zbiornikach wodnych i wodach płynących,
 - c) na terenach objętych formami ochrony przyrody,
 - d) w formie słupów reklamowych na przystankach, na których zlokalizowane są citylighty.

2. W zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów, ich gabarytów oraz liczby:

- 1) ustala się:
- a) sytuowanie szyldów w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
 - b) zachowanie tej samej wysokości poszczególnych form szyldów umieszczanych na budynku, kiosku ulicznym lub pawilonie sprzedaży ulicznej, zadaszeniu, wiacie, pylonie lub tablicy,
 - c) dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na nieruchomości lokalizację nie więcej niż dwóch form szyldów dopuszczonych w pkt 2, przy czym łączna ich liczba nie może przekroczyć 10 sztuk;
- 2) dopuszcza się szyldy:
- a) w formie jednej tablicy albo dwóch tablic lub zwartej kompozycji kilku płaskich tablic, o łącznej szerokości nie większej niż 0,8 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych równolegle do ściany przy wejściu do budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej,

- b) w formie tablic, neonów lub kasetonów mocowanych prostopadłe do ściany budynku na wysokości od 2,5 m do 4 m od poziomu terenu, o wysięgu zewnętrznej krawędzi nie większej niż 0,8 m, o grubości nie większej niż 0,15 m i łącznej powierzchni dwustronnej ekspozycji nie większej niż 1,6 m², w odległości nie mniejszej niż 3 m od siebie,
- c) w formie neonów, płaskich liter lub znaków, mocowanych równolegle do ściany bądź wykonanych bezpośrednio na ścianie budynku, pawilonu ulicznego lub kiosku sprzedaży ulicznej w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości obejmującej nie więcej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m,
- d) w formie tablicy, kasetonu, przestrzennych liter lub znaków, o grubości nie większej niż 0,15 m, mocowanych równolegle do ściany budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości obejmującej nie więcej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
- e) w formie kasetonu, neonu, przestrzennych liter lub znaków:
- umieszczonych w oknach lub drzwiach lokalu niemieszkalnego w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, od zewnętrznej strony w głębokości ich ościeża lub po wewnętrznej stronie szyby, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 20% powierzchni okna lub drzwi lub
 - o grubości nie większej niż 0,15 m i wysokości nie większej niż 0,8 m umieszczonych w podcieniach budynku, równolegle do elewacji, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 1,5 m², z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
 - o grubości nie większej niż 0,15 m umieszczonych na części elewacji zamykającej się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych a gzymsem lub górną krawędzią elewacji parterowego budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² o powierzchni tego urządzenia nie większej niż 4 m²,
- f) w formie przestrzennych liter lub znaków o grubości nie większej niż 0,15 m i łącznej powierzchni nie większej niż 5 m², umieszczanych na elewacjach budynków kultury i budynków hoteli równolegle lub prostopadłe, o wysięgu nie większym niż 0,8 m od ściany, przy czym nie więcej niż jedno urządzenie tego typu na elewacji,

- g) w formie neonu, płaskich lub przestrzennych liter albo znaków umieszczonych równolegle do elewacji w obrębie ostatniej kondygnacji budynku niemieszkalnego na długości nie większej niż 60% długości tej kondygnacji o wysokości nie większej niż 20% wysokości budynku, jednocześnie nie większej niż 3 m,
- h) w formie neonu, przestrzennych liter lub znaków umieszczonych na dachu budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, zadaszeniu lub wiacie, z wyłączeniem niskich budynków jednorodzinnych, na długości obejmującej nie więcej niż 60% długości dachu, zadaszenia lub wiaty, o wysokości nie większej niż 20% wysokości budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, zadaszenia lub wiaty, jednocześnie nie większej niż 3 m,
- i) indywidualnie wpisane do gminnej ewidencji zabytków, umieszczone na elewacji lub dachu budynku,
- j) skoncentrowane w jednym miejscu lub dwóch miejscach elewacji budynków o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10 tys. m², o łącznej powierzchni ekspozycji nie większej niż 30% powierzchni tej elewacji i jednocześnie nie większej niż 100 m²,
- k) w formie przestrzennych, wolno stojących liter lub znaków o wysokości nie większej niż 2,5 m zlokalizowanych przed budynkami handlowo-usługowymi, budynkami kultury oraz obiektami sportu,
- l) w przypadku budynku położonego w odległości większej niż 6 m od zewnętrznej krawędzi jezdni w formie:
 - jednej tablicy lub dwóch tablic o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - zwartej kompozycji o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonej na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - pylonu w rozmiarze 2 zlokalizowanego przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość, w odległości nie mniejszej niż 30 m od wolno stojącego citylightu;
- m) w formie nadruków na lambrekinach markiz znajdujących się w parterach budynków,
- n) umieszczane na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych.

§ 6

Obszar zurbanizowany

1. W zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) ustala się:

- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, a także tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
- b) zastosowanie materiałów takich jak: metal, drewno, szkło lub jego imitacje, płyty kompozytowe, beton, a w przypadku banerów reklamowych – również tworzywa i tkaniny sztuczne;

2) dopuszcza się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe:

- a) w formie gabloty o powierzchni nie większej niż 2 m² i grubości nie większej niż 0,1 m:
 - umieszczonej równolegle do ściany budynku, w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna bądź przy wejściu do lokalu gastronomicznego, lub
 - umieszczonej równolegle do ściany, przy wejściu do budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² lub stacji paliw;
- b) w formie tablicy o powierzchni nie większej niż 0,7 m² umieszczonej równolegle do ściany na elewacji budynku, przy wejściu do lokalu gastronomicznego,
- c) w oknie lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, w odległości nie większej niż 0,2 m od wewnętrznej strony szyby i powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% powierzchni okna,
- d) po wewnętrznej stronie szklanej elewacji budynku niemieszkalnego, w odległości nie większej niż 0,2 m od szyby i powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% tej elewacji,

- e) w formie wyklejenia szyb lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej na powierzchni nie większej niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- f) w formie muralu reklamowego na ścianie ślepej budynku,
- g) w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z elewacją budynku, z zastrzeżeniem, iż reklama nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej i może być umieszczona na okres nie dłuższy niż rok, a ponowne umieszczenie nie może nastąpić wcześniej niż po upływie 5 lat od ostatniego zakońzonego okresu trwania robót budowlanych,
- h) umieszczane na ogrodzeniu, w jego obrysie, placu budowy na okres nie dłuższy niż 2 lata, przy czym powierzchnia ekspozycji nie może przekraczać 50% powierzchni tego ogrodzenia,
- i) umieszczane na elewacji budynku handlowo-usługowego, przemysłowego i magazynowego, z wyłączeniem banerów reklamowych, o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% powierzchni jednej elewacji, przy czym powierzchnia jednego urządzenia nie może przekraczać 12 m²,
- j) umieszczane na ślepej ścianie budynku na wysokości nie większej niż 20 m i odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi głównej ruchu przyspieszonego oraz głównej nie większej niż 30 m, o łącznej podświetlanej powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 36 m²,
- k) umieszczane na elewacji budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10 tys. m², o łącznej podświetlonej powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni jednej elewacji,
- l) w formie citylightów:
 - wolno stojących położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym, przy czym nie więcej niż cztery urządzenia reklamowe na każde skończone 0,5 ha terenu, w odległości nie mniejszej niż 30 m słupa reklamowego,
 - wolno stojących położonych przed budynkami kultury, obiektami sportu oraz budynkami oświaty, w liczbie nie większej niż cztery, w odległości nie mniejszej niż 5 m od siebie i nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego,

- wolno stojących położonych wzdłuż dróg publicznych w odległości nie mniejszej niż 3 m od budynku, nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego, pylonu lub citylightu,
- stanowiących element wiat przystankowych w liczbie nie większej niż trzy dla pojedynczej wiaty i nie większej niż sześć na jeden peron przystankowy,
- umieszczonych na ścianach przejść podziemnych, kiosków ulicznych i toalet publicznych,

m) w formie wyświetlaczy:

- umieszczanych na ścianach przejść podziemnych,
- sytuowanych zgodnie z pkt 2 lit. c oraz d,

n) w formie masztów o wysokości:

- nie większej niż 8 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 3 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, zlokalizowanych bezpośrednio przed budynkami kultury lub budynkami oświaty bądź obiektami sportu, w liczbie nie większej niż sześć masztów na terenie jednej nieruchomości,
- nie większej niż 12 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 5 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, przy czym nie więcej niż sto masztów zlokalizowanych na nieruchomości zabudowanej obiektem sportu o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10 tys. m²,
- nie większej niż 12 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 5 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, przy czym nie więcej niż sześć masztów zlokalizowanych bezpośrednio przed wejściem do budynku handlowo-usługowego, przemysłowego i magazynowego,
- nie większej niż 12 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 5 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, przy czym nie więcej niż trzy maszty zlokalizowane bezpośrednio przed wejściem do budynku o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 200 m², w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna,

o) w formie tablic systemowych:

- w wersji A umieszczonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem niemieszkalnym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10 tys. m², przy czym nie więcej niż trzy tablice na każde 0,5 ha terenu,
- w wersji B, o jednakowych wymiarach, umieszczonych na elewacji budynku o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 200 m², w którym prowadzona jest

wyłącznie działalność gastronomiczna lub budynku handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m², w liczbie nie większej niż trzy tablice na budynku,

p) w formie billboardów w wersji I, położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem niemieszkalnym lub obiektem sportu o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², przy czym nie więcej niż cztery urządzenia reklamowe tego typu na każde skończone 0,5 ha terenu w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od pnia drzewa,
- 10 m od budynku,
- 25 m od niskiego budynku mieszkalnego jednorodzinnego,
- 100 m od budynku lub obszaru indywidualnie wpisanego do rejestru zabytków,
- 50 m od sąsiedniego billboardu,
- 30 m od pylonu w rozmiarze 3 lub 4 położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
- 30 m od krawędzi jezdni drogi publicznej,
- 30 m od słupa reklamowego,

r) w formie billboardów w wersji I, usytuowanych prostopadle do osi jezdni, położonych wzdłuż dróg głównych ruchu przyspieszonego oraz głównych, z wyłączeniem odcinków dróg przebiegających przez tereny parków oraz skwerów, w odległości nie większej niż 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni oraz w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od pnia drzewa,
- 1 m od ogrodzenia,
- 10 m od budynku,
- 25 m od niskiego budynku mieszkalnego jednorodzinnego,
- 100 m od budynku lub obszaru indywidualnie wpisanego do rejestru zabytków,
- 200 m od sąsiedniego billboardu, położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
- 30 m od pylonu w rozmiarze 3 lub 4, położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
- 30 m od słupa reklamowego,

s) w formie billboardów w wersji I lub II usytuowanych prostopadle do osi jezdni, położonych wzdłuż dróg głównych ruchu przyspieszonego oraz głównych, o minimum dwóch pasach ruchu w każdym kierunku, z wyłączeniem odcinków dróg przebiegających przez tereny parków oraz skwerów, w odległości nie większej niż 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni oraz w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od pnia drzewa,

- 1 m od ogrodzenia,
 - 10 m od budynku,
 - 25 m od niskiego budynku mieszkalnego jednorodzinnego,
 - 100 m od budynku lub obszaru indywidualnie wpisanego do rejestru zabytków,
 - 200 m od sąsiedniego billboardu, położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
 - 30 m od pylonu w rozmiarze 3 lub 4, położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
 - 30 m od słupa reklamowego,
- t) w formie pylonu w rozmiarze 4 zlokalizowanego wzdłuż dróg głównych ruchu przyspieszonego oraz głównych, o minimum dwóch pasach ruchu w każdym kierunku, w odległości nie większej niż 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, 20 m od ściany najbliższego budynku handlowo-usługowego oraz w odległości nie mniejszej niż:
- 100 m od sąsiedniego pylonu w rozmiarze 4 lub 5,
 - 30 m od billboardu i wolno stojącego citylightu,
- u) w formie słupów reklamowych w wersji A oraz B zlokalizowanych w odległości nie mniejszej niż:
- 50 m od innego słupa reklamowego,
 - 30 m od billboardu, pylonu w rozmiarze 3 lub citylightu,
- z zastrzeżeniem ust. 1 pkt 3 lit d,
- v) w formie pylonu cenowego w wersji A lub B zlokalizowanego bezpośrednio przy zjeździe na teren stacji paliw,
- w) w formie naklejek lub nadruków o łącznej powierzchni nie większej niż 5% płaszczyzny, na której są umieszczone, na bankomatach, biletomatach, wpłatomatach, automatach sprzedających, automatach przechowujących przesyłki lub automatach służących do wykonywania innego rodzaju usług,
- x) wystawiane w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego:
- w formacie A3 do wysokości nie większej niż 1,5 m, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
 - w formie potykacza, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
- y) w formie ekspozytorów umieszczanych na terenie wydarzenia odbywającego się na obszarach przestrzeni publicznych,
- z) w formie nadruków na lambrekinach parasoli stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych,
- za) umieszczane na elementach Systemu Informacji Miejskiej;

3) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- a) innych niż dopuszczone pkt 2,
- b) na zbiornikach wodnych i wodach płynących,
- c) na terenach objętych formami ochrony przyrody,
- d) w formie słupów reklamowych na przystankach, na których zlokalizowane są citylighty.

2. W zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów, ich gabarytów oraz liczby:

1) ustala się:

- a) sytuowanie szyldów w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
- b) zachowanie tej samej wysokości poszczególnych form szyldów umieszczanych na obiekcie, budynku, kiosku ulicznym i pawilonie sprzedaży ulicznej, zadaszeniu, wiacie, pylonie lub tablicy,
- c) dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na nieruchomości lokalizację nie więcej niż trzech form szyldów dopuszczonych w pkt 2, przy czym łączna ich liczba nie może przekroczyć 10 sztuk;

2) dopuszcza się szyldy:

- a) w formie jednej tablicy albo dwóch tablic lub zwartej kompozycji kilku płaskich tablic, o łącznej szerokości nie większej niż 0,8 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych równolegle do ściany przy wejściu do budynku, kiosku ulicznego, pawilonu sprzedaży ulicznej lub obiektu sportu,
- b) w formie zwartej kompozycji tablic w jednym miejscu lub dwóch miejscach na elewacji budynku handlowo-usługowego lub przemysłowego, o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tej elewacji i jednocześnie nie więcej niż 100 m²,
- c) w formie tablic, neonów lub kasetonów mocowanych prostopadłe do ściany budynku lub obiektu sportu, na wysokości od 2,5 m do 4 m od poziomu terenu, o wysięgu zewnętrznej krawędzi nie większym niż 0,9 m, grubości nie większej niż 0,15 m i łącznej powierzchni dwustronnej ekspozycji nie większej niż 2 m², w odległości nie mniejszej niż 3 m od siebie,

- d) w formie neonów, płaskich liter lub znaków, mocowanych równolegle do ściany bądź wykonanych bezpośrednio na ścianie budynku, kiosku ulicznego, pawilonu sprzedaży ulicznej lub obiektu sportu, w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości nie większej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m,
- e) w formie tablicy, kasetonu, przestrzennych liter lub znaków, o grubości nie większej niż 0,15 m, umieszczonych równolegle do ściany:
- budynku, kiosku ulicznego, pawilonu sprzedaży ulicznej lub obiektu sportu w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości nie większej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków, lub
 - na części elewacji zamykającej się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych a elementem architektonicznym takim jak np. gzyms, górna krawędź elewacji parterowego budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² o powierzchni urządzenia reklamowego nie większej niż 4 m².
- f) w formie przestrzennych liter, znaków lub neonów:
- o grubości nie większej niż 0,4 m i wysokości nie większej niż 5 m, mocowanych równolegle do ściany budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², na wysokości nie mniejszej niż 2,5 m od poziomu terenu,
 - o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 900 m² umieszczonych na obiekcie sportu o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², przy czym powierzchnia jednego szyldu nie może być większa niż 600 m²,
 - umieszczonych w obrębie ostatniej kondygnacji budynku niemieszkalnego na długości obejmującej nie więcej niż 30% długości tej kondygnacji,
- g) w formie kasetonu, neonu, przestrzennych liter lub znaków umieszczonych w oknach lub drzwiach lokalu niemieszkalnego w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, od zewnętrznej strony w głębokości ich ościeża lub po wewnętrznej stronie szyby, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- h) w formie kasetonu, neonu, przestrzennych liter lub znaków umieszczonych w podcieniach budynku lub obiektu sportu, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków, przy czym powierzchnia szyldu nie może:
- być większa niż 20% powierzchni pojedynczego otworu podcienia,

- wystawać poza obrys elewacji,
- i) w formie neonu, przestrzennych liter lub znaków umieszczonych:
- na dachu budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, z wyłączeniem niskich budynków jednorodzinnych, na długości obejmującej nie więcej niż 30% długości dachu, o wysokości nie większej niż 20% wysokości budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, jednocześnie nie większej niż 3 m,
 - na dachu budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², na długości obejmującej nie więcej niż 30% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 5 m,
 - na zadaszeniu lub wiacie na długości obejmującej nie więcej niż 30% długości zadaszenia lub wiaty, o wysokości nie większej niż 20% zadaszenia lub wiaty, jednocześnie nie większej niż 3 m,
- j) w formie płaskich liter lub znaków na długości nie większej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m mocowanych równolegle do ściany bądź wykonanych bezpośrednio na ścianie budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, stanowisk służących obsłudze pojazdów, myjni i budynków gastronomicznych umożliwiających bezpośredni zakup z samochodu,
- k) indywidualnie wpisane do gminnej ewidencji zabytków, umieszczone na elewacji lub dachu budynku,
- l) w formie przestrzennych, wolno stojących liter lub znaków o wysokości nie większej niż 3 m, zlokalizowanych przed budynkami użyteczności publicznej,
- m) w przypadku budynku położonego w odległości większej niż 6 m od zewnętrznej krawędzi jezdni w formie:
- jednej tablicy lub dwóch tablic, o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - zwartej kompozycji o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonej na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - pylonu w rozmiarze 2 zlokalizowanego przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość, w odległości nie mniejszej niż 30 m od wolno stojącego citylightu,
- n) w formie pylonów:

- w rozmiarze 3 położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym lub przemysłowym i magazynowym, przy czym nie więcej niż dwa pylony na nieruchomości, w odległości nie mniejszej niż 30 m od słupa reklamowego, billboardu i wolno stojącego citylightu,
 - w rozmiarze 4 położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej 10 tys. m², w liczbie nie większej niż dwa pylony na jednej nieruchomości, w odległości nie mniejszej niż 100 m od pylonu w rozmiarze 4 lub 5 i nie mniejszej niż 30 m od wolno stojącego citylightu,
 - w rozmiarze 5 położonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 15 tys. m², w odległości nie mniejszej niż 30 m od wolno stojącego citylightu, przy czym odległość pomiędzy sąsiednimi pylonami w rozmiarze 5 nie może być mniejsza niż 350 m, a liczba pylonów w rozmiarze 4 lub 5 nie może być większa niż dwa na jednej nieruchomości,
- o) w formie nadruków na lambrekinach markiz znajdujących się w parterach budynków,
- p) umieszczane na meblach, ogrodzeniach oraz obiektach małej architektury stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych, przy czym powierzchnia pojedynczego szyldu nie może przekroczyć 0,4 m².

§ 7

Obszar przyrodniczy

1. W zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) ustala się:

- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, a także tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,

- b) zastosowanie materiałów takich jak: metal, drewno, szkło lub jego imitacje, płyty kompozytowe, a w przypadku banerów reklamowych – również tworzywa i tkaniny sztuczne;

2) dopuszcza się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe:

- a) w formie gabloty o powierzchni nie większej niż 1 m² i grubości nie większej niż 0,1 m:
 - umieszczonej równolegle do ściany budynku, w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna lub przy wejściu do lokalu gastronomicznego, lub
 - umieszczonej równolegle do ściany, przy wejściu do budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² lub stacji paliw,
- b) w formie tablicy o powierzchni nie większej niż 0,7 m² umieszczonej równolegle do ściany na elewacji budynku, przy wejściu do lokalu gastronomicznego,
- c) w oknie lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, w odległości nie większej niż 0,2 m od wewnętrznej strony szyby i powierzchni ekspozycji nie większej niż 30% powierzchni okna,
- d) po wewnętrznej stronie szklanej elewacji budynku niemieszkalnego, w odległości nie większej niż 0,2 m od szyby i powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 30% tej elewacji,
- e) w formie wyklejenia szyb lokalu niemieszkalnego znajdującego się w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej na powierzchni nie większej niż 20% powierzchni okna lub drzwi,
- f) w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z elewacją budynku, z zastrzeżeniem, iż reklama nie może zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej i może być umieszczona na okres nie dłuższy niż rok, a ponowne umieszczenie nie może nastąpić wcześniej niż po upływie 5 lat od ostatniego zakońzonego okresu trwania robót budowlanych,
- g) umieszczane na ogrodzeniu, w jego obrysie, placu budowy na okres nie dłuższy niż 2 lata, przy czym powierzchnia ekspozycji reklamy nie może przekraczać 50% powierzchni tego ogrodzenia,
- h) w formie citylightów:
 - umieszczanych na elewacji w obrębie parteru budynku handlowo-usługowego, w liczbie nie większej niż dwa na jednej elewacji,

- wolno stojących, położonych przed budynkami kultury i obiektami sportu oraz budynkami oświaty, w liczbie nie większej niż cztery, w odległości nie mniejszej niż 5 m od siebie i 30 m od słupa reklamowego,
- stanowiących element wiat przystankowych, w liczbie nie większej niż trzy dla pojedynczej wiaty i nie większej niż sześć na jeden peron przystankowy,
- umieszczanych na ścianach przejść podziemnych, kiosków ulicznych i toalet publicznych,

i) w formie wyświetlaczy:

- o powierzchni ekspozycji nie większej niż 200 m², zlokalizowanych na nieruchomości o powierzchni nie mniejszej niż 10 ha, zabudowanej obiektem sportu w liczbie nie większej niż jedno takie urządzenie na nieruchomości,
- sytuowanych zgodnie z pkt 2 lit. c oraz d,

j) w formie masztów o wysokości:

- nie większej niż 8 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 3 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, zlokalizowanych bezpośrednio przed budynkami kultury lub budynkami oświaty bądź obiektem sportu, w liczbie nie większej niż osiem masztów na terenie jednej nieruchomości,
- nie większej niż 12 m, z banerem reklamowym o powierzchni nie większej niż 5 m² i wysięgu nie większym niż 1 m, przy czym nie więcej niż sto masztów zlokalizowanych na nieruchomości o powierzchni nie mniejszej niż 10 ha, zabudowanej obiektem sportu,

k) w formie słupów reklamowych typu A oraz B zlokalizowanych w odległości nie mniejszej niż:

- 50 m od innego słupa reklamowego,
- 30 m od pylonu w rozmiarze 3 lub citylightu,

z zastrzeżeniem ust. 1 pkt 3 lit e,

l) w formie tablic systemowych:

- w wersji A umieszczonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem niemieszkalnym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10 tys. m², przy czym nie więcej niż trzy tablice na każde skończone 0,5 ha terenu,
- w wersji B, o jednakowych wymiarach, umieszczonych na elewacji budynku o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 200 m², w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna, lub budynku handlowo-usługowym

- o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m², w liczbie nie większej niż trzy tablice na budynku,
- m) w formie pylonu cenowego w wersji A lub B zlokalizowanego bezpośrednio przy zjeździe na teren stacji paliw,
- n) w formie naklejek lub nadruków o łącznej powierzchni nie większej niż 5% płaszczyzny, na której są umieszczone, od poziomu terenu, na bankomatach, biletomatach, wpłatomatach, automatach sprzedających, automatach przechowujących przesyłki lub automatach służących do wykonywania innego rodzaju usług,
- o) wystawiane w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego:
- w formacie A3 do wysokości nie większej niż 1,5 m, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
 - w formie potykacza, przy czym nie więcej niż jeden na lokal,
- p) w formie ekspozytorów umieszczanych na terenie wydarzenia odbywającego się na obszarach przestrzeni publicznych,
- r) w formie banerów reklamowych umieszczanych na elementach infrastruktury lub obiektach sportu, zlokalizowanych na nieruchomości o powierzchni nie mniejszej niż 10 ha, zabudowanej obiektem sportu, w czasie wydarzenia odbywającego się na tej nieruchomości,
- s) w formie nadruków na lambrekinach parasoli stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych,
- t) umieszczane na elementach Systemu Informacji Miejskiej;
- 3) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
- a) w innych formach niż dopuszczone w pkt 2,
 - b) na zbiornikach wodnych i wodach płynących,
 - c) w lasach, z dopuszczeniem pkt 2 lit. a, b, c, h tiret trzeci oraz lit. k,
 - d) na terenach objętych formami ochrony przyrody,
 - e) w formie słupów reklamowych na przystankach, na których zlokalizowane są citylighty.

2. W zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów, ich gabarytów oraz liczby:

- 1) ustala się:

- a) sytuowanie szyldów w sposób niezakrywający istotnych elementów i detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, obramienia, balustrady, balkony oraz stolarki okienne i drzwiowe, tablice z nazwami ulic i numerami porządkowymi budynków,
- b) zachowanie tej samej wysokości poszczególnych form szyldów umieszczanych na budynku, kiosku ulicznym lub pawilonie sprzedaży ulicznej, zadaszniu, wiacie, pylonie lub tablicy,
- c) dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na nieruchomości lokalizację nie więcej niż dwóch form szyldów dopuszczonych w pkt 2 przy czym łączna ich liczba nie może przekroczyć 10 sztuk,

2) dopuszcza się szyldy:

- a) w formie jednej tablicy albo dwóch tablic lub zwartej kompozycji kilku płaskich tablic, o łącznej szerokości nie większej niż 0,8 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych równolegle do ściany przy wejściu do budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej,
- b) w formie tablic, neonów lub kasetonów mocowanych prostopadle do ściany budynku na wysokości od 2,5 m do 4 m od poziomu terenu, o wysięgu zewnętrznej krawędzi szyldu nie większym niż 0,9 m, grubości nie większej niż 0,15 m i łącznej powierzchni dwustronnej ekspozycji reklamy nie większej niż 2 m², w odległości nie mniejszej niż 3 m od siebie,
- c) w formie płaskich liter lub znaków na długości nie większej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m mocowanych równolegle do ściany bądź wykonanych bezpośrednio na ścianie budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, stanowisk służących obsłudze pojazdów, myjni i budynków gastronomicznych umożliwiających bezpośredni zakup z samochodu,
- d) w formie tablicy o grubości nie większej niż 0,15 m, mocowanej równolegle do ściany budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości obejmującej nie więcej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
- e) w formie kasetonu, neonu, przestrzennych liter lub znaków:
 - umieszczonych w oknach lub drzwiach lokalu niemieszkalnego w parterze budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, od zewnętrznej strony w głębokości ich ościeża lub po wewnętrznej stronie szyby, przy czym

powierzchnia szyldu nie może być większa niż 20% powierzchni okna albo drzwi lub

- o grubości nie większej niż 0,15 m mocowanych równolegle do ściany budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej w obrębie pasa ekspozycyjnego, na długości obejmującej nie więcej niż 80% jednej elewacji i wysokości nie większej niż 0,8 m, lub
 - o grubości nie większej niż 0,15 m i wysokości nie większej niż 0,8 m umieszczonych w podcieniach budynku, równolegle do elewacji, przy czym powierzchnia szyldu nie może być większa niż $1,5 \text{ m}^2$, z wyłączeniem budynków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków,
 - o grubości nie większej niż 0,15 m umieszczonych na części elewacji zamykającej się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych a elementem architektonicznym takim jak np. gzyms, górna krawędź elewacji parterowego budynku handlowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m^2 o powierzchni urządzenia reklamowego nie większej niż 4 m^2 ,
- f) w formie neonu, płaskich liter lub znaków umieszczonych w obrębie ostatniej kondygnacji budynku handlowo-usługowego lub biurowego na długości nie większej niż 30% długości tej kondygnacji,
- g) w formie neonu, przestrzennych liter lub znaków o grubości nie większej niż 0,15 m, umieszczonych na dachu budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, zadaszeniu lub wiacie, z wyłączeniem niskich budynków jednorodzinnych, na długości obejmującej nie więcej niż 30% długości dachu, zadaszenia lub wiaty, o wysokości nie większej niż $\frac{1}{5}$ wysokości budynku, kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej, zadaszenia lub wiaty, jednocześnie nie większej niż 3 m,
- h) indywidualnie wpisane do gminnej ewidencji zabytków, umieszczone na elewacji lub dachu budynku,
- i) w formie przestrzennych, wolno stojących liter lub znaków o wysokości nie większej niż 2,5 m, zlokalizowanych przed budynkami handlowo-usługowymi, budynkami kultury oraz obiektami sportu,
- j) w formie muralu reklamowego na ścianie ślepej budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż 20% jego powierzchni,
- k) w przypadku budynku położonego w odległości większej niż 6 m od zewnętrznej krawędzi jezdni w formie:

- jednej tablicy lub dwóch tablic, o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonych na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - zwartej kompozycji o szerokości nie większej niż 1 m oraz wysokości nie większej niż 2 m, umieszczonej na pełnej części ogrodzenia, w jego obrysie, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
 - pylonu w rozmiarze 2, zlokalizowanego przy wejściu lub wjeździe na nieruchomość,
- l) w formie pylonu w rozmiarze 3, na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym, zlokalizowanego wzdłuż dróg głównych ruchu przyspieszonego oraz głównych, w odległości nie większej niż 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, 20 m od najbliższego budynku handlowo-usługowego oraz w odległości nie mniejszej niż:
- 100 m od sąsiedniego pylonu położonego wzdłuż tej samej strony drogi,
 - 30 m od słupa reklamowego,
- m) w formie nadruków na lambrekinach markiz znajdujących się w parterach budynków,
- n) umieszczane na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych.

§ 8

W zakresie zasad i warunków usytuowania obiektów małej architektury, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, w obszarach: staromiejskim, centrum i historycznych dzielnic, zurbanizowanym oraz przyrodniczym ustala się:

- 1) lokalizowanie obiektów małej architektury o wysokości nie większej niż 5 m,
- 2) stosowanie powszechnie przyjętych materiałów budowlanych, w szczególności szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, drewna, metali i ich kompozytów.

§ 9

W zakresie zasad i warunków usytuowania ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane,

w obszarach: staromiejskim, centrum i historycznych dzielnic, zurbanizowanym oraz przyrodniczym:

1) ustala się sytuowanie ogrodzeń:

- a) ażurowych nie wyższych niż 2,2 m lub ogrodzeń pełnych nie wyższych niż 1,2 m dla terenów zabudowanych oraz ogrodów działkowych,
- b) ażurowych:
 - o wysokości nie większej niż 1 m, zabezpieczających place zabaw,
 - o wysokości nie większej niż 0,5 m, zabezpieczających niską zieleni,
 - o wysokości nie większej niż 1 m dla ogródków gastronomicznych,
- c) w strefie ochrony konserwatorskiej oraz dla terenów i obiektów wpisanych do rejestru zabytków nawiązujących wysokością oraz stopniem ażurowości do ogrodzeń historycznych i zabytkowych;

2) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń:

- a) wyższych niż wymienione w pkt 1 lit. a dla:
 - obiektów sportu,
 - terenów ogrodów zoologicznych,
 - terenów schronisk dla zwierząt,
 - terenów nieruchomości zabudowanych, o powierzchni nie mniejszej niż 20 ha,
 - terenów stanowiącym magazyny zewnętrzne towarzyszące budynkom handlowo-usługowym, których powierzchnia zabudowy przekracza 10 tys. m²,
 - terenów, których sposób ogrodzenia uregulowany jest w przepisach odrębnych,
- b) na terenach lasów, zgodnie z planem urządzenia lasu,
- c) na terenach związanych z prowadzeniem gospodarki rolnej,
- d) służących zapewnieniu bezpieczeństwa infrastruktury technicznej,
- e) dla niskich budynków o funkcji mieszkalnej wielorodzinnej,

3) zakazuje się sytuowania ogrodzeń:

- a) na obszarze przyrodniczym, z wyłączeniem pkt 1 oraz pkt 2 lit. a,
- b) na terenach zabudowy wielorodzinnej, z wyłączeniem pkt 1 b, pkt 2 lit. e oraz zabezpieczających wybiegi dla zwierząt i obiekty sportu,
- c) ciągów pieszych i pieszo-rowerowych,
- d) na terenach zieleni, z wyłączeniem ogrodzeń zabezpieczających wybiegi dla zwierząt, place zabaw, niską zieleni, ogródki gastronomiczne oraz tereny ogrodów działkowych, ogrodów botanicznych i ogrodów zoologicznych;

4) zakazuje się stosowania:

- a) prefabrykowanych betonowych przęsł,
- b) tworzyw sztucznych, z wyłączeniem imitujących materiały naturalne, o podwyższonej odporności na oddziaływanie czynników zewnętrznych,
- c) elementów refleksyjnych, odblaskowych.

§ 10

1. Dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały określa się następujące terminy dostosowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dla obszaru staromiejskiego 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały;
- 2) dla obszaru centrum i historycznych dzielnic 2 lata od dnia wejścia w życie uchwały;
- 3) dla obszaru zurbanizowanego i przyrodniczego 5 lat od dnia wejścia w życie uchwały, z wyłączeniem budynków lub obszarów indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków, dla których ustala się 2 lata od wejścia w życie uchwały.

2. Dostosowanie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do zgodnej z ustaleniami uchwały może nastąpić poprzez zmianę formy, zmianę wielkości, w tym usunięcie części tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wymianę materiału, usunięcie oświetlenia, a w sytuacji niezgodności w zakresie lokalizacji przesunięcie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w miejsce zgodne z ustaleniami uchwały albo usunięcie, z zachowaniem przepisów prawa budowlanego.

3. Dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1, określa się następujące warunki dostosowania do zakazów, zasad i warunków zawartych w uchwale:

- 1) dopuszcza się maksymalne odstępstwo w granicach 5%, dotyczące poszczególnych rozmiarów;
- 2) w przypadku niespełnienia warunku odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi dostosowania wymagają:
 - a) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niestanowiące elementu wiaty przystankowej,
 - b) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
 - c) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone później w danej lokalizacji;

- 3) w przypadku konieczności usunięcia tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niespełniających wymogów należy usunąć także elementy mocujące lub konstrukcyjne, a miejsce mocowania lub posadowienia należy przywrócić do stanu pierwotnego.
4. Przepisów dotyczących terminów dostosowania, o których mowa w ust. 1-3, nie stosuje się do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych bez wymaganego zgłoszenia lub pozwolenia na budowę.
- ~5. Istniejące w dniu wejścia w życie uchwały obiekty małej architektury nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków w niej określonych.
6. Istniejące w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzenia nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków w niej określonych.
7. Zwolnienie, o którym mowa w ust. 6, nie dotyczy ogrodzeń pełnych, wykonanych z prefabrykowanych betonowych przęseł lub blachy, dla których termin dostosowania ustala się na 5 lat od dnia wejścia w życie uchwały.

§ 11

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Poznania.

§ 12

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