



DZIENNIK URZĘDOWY

WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO

Olsztyn, dnia 6 listopada 2018 r.

Poz. 4741

UCHWAŁA NR XLVII/308/2018 RADY MIEJSKIEJ W MŁYNARACH

z dnia 24 września 2018 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 994 z późn. zm.) i art. 37a ust. 1 i art. 37 b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1073 i 1566) uchwała się, co następuje:

Rada Miejska w Młynarach uchwała co następuje:

§ 1. 1. Uchwała się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

2. Uchwała obejmuje obszar miasta i gminy Młynary.

3. Nieodłącznymi załącznikami do uchwały są:

1) Załącznik nr 1A – załącznik graficzny;

2) Załącznik nr 1B – załącznik graficzny;

3) Załącznik nr 2 – rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

4. Uchwała składa się z następujących rozdziałów:

1) Rozdział 1 - Ustalenia ogólne dotyczące reklam dla całego obszaru;

2) Rozdział 2 - Ustalenia szczegółowe dotyczące szyldów;

3) Rozdział 3 - Ustalenia szczegółowe dotyczące reklam nie będących szyldami;

4) Rozdział 4 - Ustalenia dotyczące obiektów małej architektury;

5) Rozdział 5 - Ustalenia dotyczące ogrodzeń;

6) Rozdział 6 - Przepisy przejściowe i dostosowujące;

7) Rozdział 7 - Przepisy końcowe.

§ 2. Celem niniejszej uchwały jest poprawa krajobrazu antropogenicznego poprzez ustalenie ram prawnych, w obszarze gminy, ustanawiając zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

§ 3. Na potrzeby niniejszego planu definiuje się następujące pojęcia:

- 1) **ażurowy** - tradycyjny kuty, snycersko – kuty lub odlany z metalu z dopuszczeniem częściowego wypełnienia szkłem, drewnem, kamieniem lub wewnętrznym podświetleniem;
- 2) **ażurowy snycerski** – wykonany z drewna techniką wyrzynania;
- 3) **blok** - zespół zabudowy zwartej otoczonej ze wszystkich stron ulicami,
- 4) **kompozycja ściany** - podział płaszczyzny (elewacji budynku, muru, bramy) za pomocą elementów architektonicznych;
- 5) **baner reklamowy** - tablica lub urządzenie reklamowe typu rozwijanego, rozpinanego na krawędziach, wykonanego w formie miękkiej: tekstylnej lub z tworzywa sztucznego;
- 6) **billbord** - wolnostojąca sytuowana poziomo tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jedno lub dwustronne, mocowane na słupie również w formie przeszklonej gabloty;
- 7) **gminne tablice informacyjne** – tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe na których gmina prezentuje historię miejsca, mapę miasta, gminy, ogłoszenia urzędowe i itp, o wysokości nie większej niż 2 m, z dopuszczeniem podświetlenia, doświetlenia,
- 8) **kaseton reklamowy** - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o zwartej przestrzennej formie, w tym podświetlana nie powodująca efektu olśnienia odbiorcy,
- 9) **neon** - szyld lub inna reklama wykonana z użyciem rurek jarzeniowych,
- 10) **nośnik reklamowy** - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe;
- 11) **pierzeja frontowa** – ciąg frontowych elewacji budynków ustawionych w szeregu po jednej stronie ulicy lub placu, w których zlokalizowane jest główne, historyczne wejście do budynku,
- 12) **podświetlany** – emitujący światło;
- 13) **potykacz reklamowy** - wolnostojący stojak reklamowy, jednostronny lub dwustronny, często w formie składanej trójkątnej, trwale nie związany z gruntem;
- 14) **powierzchnia ekspozycji** - część nośnika reklamy przeznaczona do eksponowania reklamy;
- 15) **prostopadły** – mocowany prostopadle do elewacji budynku;
- 16) **przyległy** – mocowany równoległe do powierzchni mocowania,
- 17) **pylon reklamowy** - wolnostojąca sytuowana pionowo tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jedno lub dwustronne;
- 18) **pylon tabliczkowy** - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe lokalizowane na obiekcie lub wolnostojące, zawierające na swej powierzchni ekspozycji zgrupowane w sposób modułowy tabliczki;
- 19) **reklama duża** - wyrażona w metrach kwadratowych powierzchnia ekspozycji na urządzeniu reklamowym od 6 m² do 18,0 m² włącznie;
- 20) **reklama średnia** - wyrażona w metrach kwadratowych powierzchnia ekspozycji na tablicy reklamowej lub urządzeniu reklamowym powyżej 2 m² do 6 m² włącznie;
- 21) **reklama mała** - wyrażona w metrach kwadratowych powierzchnia ekspozycji na tablicy reklamowej lub na urządzeniu reklamowym do 2 m² włącznie;
- 22) **reklama obwoźna** - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach i innych nośnikach służących przemieszczaniu się, służących tylko funkcji reklamowej, będących w ruchu, bądź na postoju, za reklamę obwoźną nie uznaje się reklamy na pojazdach;
- 23) **reklama okolicznościowa** - reklama lub urządzenie reklamowe lokalizowane z okazji imprez odbywających się na terenie gminy, powiatu, województwa;

- 24) **reklama podświetlana** – kaseton reklamowy, pylon reklamowy, znaki przestrzenne emitujące światło;
- 25) **strefa ochronna** - pusta przestrzeń wokół obrysu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego lub wokół powierzchni ekspozycji wyznaczonej wokół znaków przestrzennych, mająca na celu zapewnienie czytelności zarówno samej reklamy jak i elementów architektonicznych elewacji poprzez oddalenie od nich swej lokalizacji; strefa ochronna powinna wynosić nie mniej niż 10%: dla orientacji poziomej - wysokości, dla orientacji pionowej – szerokości, tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego; strefa ochronna nie dotyczy szyldów lokalizowanych w przeszkleniach okiennych i drzwiowych montowanych od wewnątrz;
- 26) **siatka zabezpieczająca** - siatka do ochrony elewacji podczas prac remontowych lub zabezpieczenia budynku, gdy stan budynku zagraża otoczeniu;
- 27) **slup ogłoszeniowo-reklamowy** - szczególny rodzaj nośnika reklamy w formie walca o średnicy od 120 do 150 cm, wysokości od 2,5 m do 3,5 m dla części ekspozycyjnej i maksymalnej wysokości nie przekraczającej 4,5 m, służący do umieszczania materiałów reklamowych, promocyjnych oraz ogłoszeń i informacji o imprezach (wydarzeniach) kulturalnych, oświatowych lub edukacyjnych;
- 28) **tabliczka** – tablica reklamowa w postaci szyldu, płaska i prosta w swej konstrukcji, o formacie małym, pełna lub z wyciętymi znakami, przy realizacji na jednej nieruchomości więcej niż jedna tabliczka ustala ich zgrupowanie z zachowaniem strefy ochronnej i o ustalonym jednakowym module (powierzchnia ekspozycji, proporcje, materiał);
- 29) **tablica prosta** – reklama na nośniku sztywnym, płaska i prosta w swej konstrukcji, pełna lub z wyciętymi znakami;
- 30) **tabliczki adresowe nieruchomości** – numer porządkowy nieruchomości, nazwa ulicy;
- 31) **witacz** – gminne tablice witające przy wjazdach na teren administracyjny gminy, sołectwa, wsi, o jednorodnym projekcie dla każdego rodzaju;
- 32) **wolnostojący** – panel reklamowy, lokalizowany bezpośrednio w / na gruncie;
- 33) **znaki przestrzenne** - litery i znaki, 3D i/ lub 2D tworzące spójny blok reklamowy, będące również znakiem identyfikacyjnym (nazwa, sygnet, logotyp), montowane i / lub bezpośrednio nanoszone na nośnik jako oddzielne elementy;
- 34) „z wyłączeniem szyldów” – ustalenie nie dotyczy szyldów, lub adekwatnie innego „wyłączenia”.

§ 4. 1. Na potrzeby niniejszej uchwały rozróżnia się cztery obszary w strukturze przestrzennej gminy:

- 1) Obszar MA – część obszaru miasta Młynary wyznaczona w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego jako strefa ścisłej ochrony konserwatorskiej A
 - 2) Obszar MB – część obszaru miasta Młynary wyznaczona w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego jako strefa pośredniej ochrony konserwatorskiej B
 - 3) Obszar MC – pozostała część obszaru miasta Młynary nie obejmująca obszaru MA i obszaru MB,
 - 4) Obszar W – obszar obrębów wiejskich
2. Terenami publicznymi są:
- 1) w obszarze MA: tereny dróg publicznych, tereny dróg gminnych, place, park miejski, tereny ogólnodostępne.
 - 2) w obszarze MB: tereny dróg publicznych, tereny dróg gminnych, place, tereny kolejowe.
 - 3) w obszarze MC: tereny dróg publicznych, tereny dróg gminnych, place, park miejski.
 - 4) w obszarach W: tereny dróg publicznych, tereny dróg gminnych, place, parki wiejskie.

Rozdział 1.

Ustalenia ogólne dotyczące reklam dla całego obszaru

§ 5. Uchwała nie narusza zasad i warunków sytuowania reklam określonych w przepisach odrębnych. W granicach Obszaru Chronionego Krajobrazu Rzeki Baudy lokalizacja urządzeń reklamowych stanowiących obiekty budowlane (w myśl prawa budowlanego) musi uwzględniać odpowiednie przepisy wykonawcze w sprawie Obszaru Chronionego Krajobrazu rzeki Baudy, w tym w szczególności zakazy.

§ 6. 1. Ustala się ogólne zasady sytuowania szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o ile przepisy uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) ustalone odległości lokalizacji szyldów, tablic bądź urządzeń reklamowych od wskazanych obiektów budowlanych, form przyrody, innych elementów określających punkty odniesienia oraz innych reklam, stanowią najkrótszy odcinek mierzony pomiędzy ich zewnętrznymi elementami;
- 2) ustalone odległości pomiędzy wolnostojącymi reklamami nie dotyczą lokalizacji reklam ustawionych po przeciwnych stronach drogi;
- 3) dla lokali, do których wejście z zewnątrz znajduje się na kondygnacji ponad i poniżej parteru, stosuje się takie same przepisy jak dla lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych lokalizowanych w parterze;
- 4) projekt szyldu, tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego musi być spójny z architekturą elewacji budynku na którym ma być zamocowany;
- 5) ustala się konieczność jednolitego projektu szyldu w obrębie jednego podmiotu, w celu ułatwienia identyfikacji podmiotu prowadzącego działalność,
- 6) należy dołożyć wszelkich starań, aby konstrukcja tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie była widoczna,
- 7) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie tych rodzajów reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem, które zostały wymienione w rozdziale 3;
- 8) ustala się zakaz sytuowania szyldów, tablic i urządzeń reklamowych w sposób:
 - a) przesłaniający widok z przestrzeni publicznych na obiekty wpisane do rejestru zabytków oraz panoramę historycznego założenia urbanistycznego miasta Młynary (nie dotyczy szyldów ażurowych),
 - b) uniemożliwiający lub zakłócający poprawne odczytanie znaków drogowych i ograniczający pole widoczności na skrzyżowaniu,
 - c) zakłócający odczytanie informacji z zakresu Systemu Informacji Turystycznej, gminnych tablic ogłoszeniowych,
 - d) przesłaniający detal architektoniczny, otwory drzwiowe lub okienne,
 - e) bezpośrednio świecący, lub pośrednio przez odbicie, w okna domów mieszkalnych, lub mieszkań,
- 9) szyldy, tablice i urządzenia reklamowe należy sytuować:
 - a) w obrysie zewnętrznej ściany budynku (żaden element reklamy nie może wykraczać poza ścianę),
 - b) zgodnie z kompozycją ściany: budynku, ogrodzenia, bramy, lub elewacji przylegającej do nich, gdy elewacja nie posiada żadnych podziałów architektonicznych;
 - c) równoległe lub prostopadłe (dopuszczenie tylko dla szyldu) do powierzchni, na której mają być zamontowane,
 - d) w przypadku ich lokalizowania w formie doświetlanej lub podświetlanej z zachowaniem cyklu dobowego oraz nie powodującej efektu olśnienia oraz o stałej intensywności światła;
 - e) zachowując strefę ochronną,
 - f) przy realizacji na jednej nieruchomości (budynek, ogrodzenie, brama) więcej niż jednej tablicy na tej samej powierzchni zamocowania ustala się mocowanie szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w jednym poziomie / poziomach lub pionie / pionach,
 - g) przy realizacji na jednym pylonie reklamowym więcej niż jednej reklamy (z szyldem włącznie) ustala się konieczność ujęcia ich wspólnym modulem (powierzchnia ekspozycji, porporcje, materiał);

10) ustala się zakaz sytuowania szyldów, tablic i urządzeń reklamowych:

- a) na drzewach i w ciągu alei drzew,
- b) w odległości 30 m od korony pomnika przyrody, pomnika lub innego miejsca pamięci, z wyłączeniem szyldów,
- c) poza Obszarem Chronionego Krajobrazu rzeki Baudy: w odległości 30 m od rzeki Baudy na terenach niezabudowanych, 10 m na terenach zabudowanych, i 20 m od innych cieków, z wyłączeniem szyldów,
- d) w odległości 20 m od witaczy,
- e) w odległości 0,5 m od tablic z tabliczkami adresowymi nieruchomości, gdy zlokalizowane są na ścianie i 1,5 m gdy nazwa ulicy i / lub numer nieruchomości umieszczone są jako wolnostojące,
- f) na terenach parków (za wyjątkiem §10 ust 1 pkt 1 pdp a i pkt 4 i 7) i placów zabaw,
- g) na budynkach urzędów administracji publicznej, za wyjątkiem lit. l,
- h) na budowlach i urządzeniach infrastruktury technicznej, m.in.: masztach, słupach elektroenergetycznych, instalacjach, stacjach transformatorowych,
- i) na budowlach i urządzeniach związanych z komunikacją, m. in. urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego, znakach drogowych, barierach dźwiękochłonnych, wiaduktach, kładkach, mostach, barierach oddzielających pas drogowy,
- j) na obiekcie wpisanym do rejestru zabytków oraz w obrębie nieruchomości, na której zlokalizowany jest ten obiekt, z wyłączeniem szyldów,
- k) na dachach obiektów budowlanych (włączając układane z pokrycia dachowego, malowane itp.),
- l) w formie siatek zabezpieczających, montowanych w okresie innym niż prace budowlane lub konserwatorskie prowadzone na elewacji,
- m) podświetlanych służących ekspozycji zmiennych treści reklamowych typu LED, z zastosowanym oświetleniem pulsacyjnym będącym źródłem efektu stroboskopowego oraz innych emitujących światło o zmiennym natężeniu

Rozdział 2.

Ustalenia szczegółowe dotyczące szyldów

§ 7. Ustalenia dotyczące ilości szyldów, ich standardy jakościowe i materiały budowlane z jakich mogą być wykonane, które mogą być sytuowane na danej nieruchomości, przez każdy podmiot prowadzący na niej działalność:

- 1) ustala się ograniczenie ilościowe przy lokalizowaniu szyldów w formie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wynoszący jeden szyld na każdy podmiot prowadzący działalność na terenie danej nieruchomości, definiowany jako:
 - a) prostopadły, lub
 - b) przyległy, lub
 - c) wolnostojący.
- 2) Ustala się standardy jakościowe i materiały z jakich mogą być wykonane szyldy:
 - a) w obszarze MA oraz na obiektach i działkach wpisanych do rejestru i na innych obiektach zabytkowych i w obrębie działek im przypisanych ustala się:
 - wymóg spójności plastycznej szyldu do obiektu na którym lub przy którym będzie lokalizowany,
 - materiały budowlane: metal (kuty bądź odlany), szkło, ceramika, drewno, kamień,
 - zastosowane kolory nie mogą negatywnie wpływać na odbiór wizualny zabytku, w tym zakłócać spójność architektoniczną obiektu zabytkowego i absorbować swymi kolorami uwagę odbiorcy,
 - b) w obszarach i na obiektach innych niż wymienione w lit. a ustala się:
 - wymóg spójności plastycznej szyldu do obiektu na którym lub przy którym będzie lokalizowany,

- materiały budowlane: metal (kuty bądź odlany), szkło, ceramika, drewno, kamień i inne materiały o długiej trwałości użytkowania (czytelności i identyfikacji oraz estetyki),

c) dla każdego szyldu ustala się konieczność jego bezzwłocznego demontażu po zakończeniu działalności.

§ 8. Ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania konkretnych rodzajów szyldów:

1) szyld prostopadły do elewacji budynku:

a) lokalizacja:

- zamocowanie na wysokości nie wyższej niż wynosi pas podokienny 1 piętra, a dolna część szyldu zawieszona nie niżej niż na wysokości 2,4 m mierzonej od poziomu terenu,
- do długości 1,5 m wliczając konstrukcje wysięgnika,

b) forma, maksymalne gabaryty (powierzchnia ekspozycji / wysokość / grubość) odpowiednio:

- ażurowy, tablica, ($0,6 \text{ m}^2 / 1 \text{ m} /$ tablica do 0,03 m, szyld ażurowy nie ustala się),
- neon ($0,6 \text{ m}^2 / 0,5 \text{ m} /$ nie określa się),
- kaseton reklamowy ($0,6 \text{ m}^2 / 0,5 \text{ m} /$ w obszarach MA, MB 0,03 m, w obszarach MC i W 0,15 m);

2) szyld przyległy:

a) lokalizacja:

- na wysokości nie wyższej niż wynosi pas podokienny pierwszego piętra w szczególności: na fryzie (pozbawionym dekoracji), nad otworami okiennymi i drzwiowymi, w pasach pomiędzy otworami okiennymi i drzwiowymi,
- w przeszkleniach okiennych i drzwiowych, po 1 na przeszklenie,
- na pełnych fragmentach ogrodzenia, w miarę możliwości przy wejściu na nieruchomość, wyłącznie w obrysie ogrodzenia,
- na bramie wejściowej, wjazdowej, wyłącznie w obrysie bramy,
- tabliczka mocowana przy wejściu z zewnątrz do lokalu na parterze lub na innej kondygnacji niż parter;

b) forma, (maksymalne gabaryty: powierzchnia ekspozycji / szerokość / wysokość / grubość) odpowiednio:

- ażurowy, tablica na budynku i znaki przestrzenne ($0,6 \text{ m}^2 /$ nad otworem drzwiowym do szerokości tego otworu, nad lub pod otworem okiennym o szerokości tego otworu, dopuszcza się łączenie szyldem kilku otworów okiennych / $1 \text{ m} /$ do 0,03 m),
- tablica na ogrodzeniu i znaki przestrzenne ($0,3 \text{ m}^2 / 0,5 \text{ m} / 1 \text{ m} /$ do 0,03 m),
- tablica i neon na bramie i znaki przestrzenne ($0,6 \text{ m}^2 / 1,5 \text{ m} / 1 \text{ m} /$ do 0,03 m),
- w przeszkleniach okiennych i drzwiowych od wewnątrz (25% powierzchni przeszklenia / na szerokość przeszklenia / na wysokość przeszklenia/ nie dotyczy),
- neon ($0,6 \text{ m}^2 /$ nad otworem drzwiowym do szerokości tego otworu, nad otworem okiennym parteru lub pod otworem okiennym pierwszego piętra, o szerokości tego otworu / $0,5 \text{ m} / 0,15 \text{ m}$),
- tabliczka na budynku, ogrodzeniu, bramie ($0,12 \text{ m}^2 / 0,4 \text{ m} / 0,3 \text{ m} / 0,15 \text{ m}$),
- na pylonie reklamowym ($0,35 \text{ m}^2 /$ nie ustala się / nie ustala się / nie ustala się),
- na pylonie tabliczkowym ($0,35 \text{ m}^2 /$ nie ustala się / nie ustala się/ nie ustala się), wielkość pojedynczego modułu tabliczki - $0,1 \text{ m}^2$;

3) szyld wolnostojący:

a) lokalizacja:

- na całym obszarze MA i na działkach położonych na pozostałych obszarach przy obiektach wpisanych do rejestru i innych zabytkowych, tylko w przypadku niemożliwości zamontowania szyldu na obiekcie wpisanym do rejestru bądź na innym obiekcie zabytkowym, oddalonego w miarę możliwości od obiektu zabytkowego by nie przesłaniać elewacji,
- na pozostałych działkach innych niż w wymienione w tiret pierwsze dopuszcza się,

b) forma:

- na obszarze MA i na działkach położonych na pozostałych obszarach przy obiektach wpisanych do rejestru i innych zabytkowych w formie pylonu tabliczkowego (gdy na nieruchomości prowadzonych jest więcej niż jedna działalność) lub pylonu reklamowego (gdy na nieruchomości prowadzona jest tylko jedna działalność), maksymalna szerokość nośnika reklamowego 1,0 m, maksymalna wysokość nośnika reklamowego 1,5 m,
- na pozostałych działkach innych niż w wymienione w tiret pierwsze, w formie pylonu tabliczkowego (gdy na nieruchomości prowadzonych jest więcej niż jedna działalność) lub pylonu reklamowego (gdy na nieruchomości prowadzona jest tylko jedna działalność) maksymalna szerokość nośnika reklamowego 1,2 m, maksymalna wysokość nośnika reklamowego 2,2 m.

Rozdział 3.

Ustalenia szczegółowe dotyczące reklam nie będących szyldami

§ 9. Ustala się szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych lokalizowanych na obiekcie, ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów z jakich mają być wykonane z rozróżnieniem ich rodzajów (rodzaj reklamy / lokalizacja / maksymalna ilość / maksymalna powierzchnia ekspozycji / maksymalna szerokość / maksymalna wysokość / maksymalna głębokość / standardy jakościowe i rodzaje materiałów z jakich może być wykonane) odpowiednio:

- 1) tablica reklamowa, zawierająca informację o bieżącej ofercie danego lokalu / zlokalizowana w orientacji pionowej bezpośrednio przy wejściu do lokalu / dwie tablice na każde wejście / 0,6 m² / 0,6 m / 1 m / 0,15 m / tło stonowane, maksymalnie dwie barwy;
- 2) w przeszkleeniu okiennym lub drzwiowym zawierająca informację o bieżącej ofercie danego lokalu, w formie tablicy prostej, nalepek o możliwych formach płatności (zgrupowanych ze sobą modularnie), znaków bez tła i innych form z wyłączeniem kasetonów reklamowych jako reklam podświetlanych i ekranów świetlnych / mocowana od strony wewnętrznej przeszklecia, na kondygnacji z wejściem do lokalu z zewnątrz / dwie / w obszarach: MA do 25 % przeszklecia, MB, MC i W 50 % przeszklecia, powierzchni wszystkich przeszkleń nie można sumować lokalizując wynikową na jednym przeszkleciu / - / - / - / - ;
- 3) reklama na ścianie pozbawionej okien lub drzwi w formie: tablicy prostej, gabloty, baneru, znaków przestrzennych w postaci nazwy, sygnetu i logotypu, z wyłączeniem neonów i innych reklam podświetlanych, dopuszcza się doświetlenie reklamy / wyłącznie w obszarach MB, MC, W, lokalizacja na wysokości powyżej parteru wysokość od powierzchni terenu nie mniej niż 3 m / dwie reklamy o tych samych wymiarach lokalizowane w jednym pionie lub poziomie / 20 % powierzchni ściany prostokąta wpisanego w geometrię ściany po 10% dla każdej reklamy w przypadku lokalizowania dwóch reklam / - / - / - / kolorystyka maksymalnie 3 barwy, zakaz tła w kolorze czerwonym, pomarańczowym i żółtym i ich nasyconych odcieniach;
- 4) mural reklamowy wykonany ręcznie / na elewacji pozbawionej okien za wyjątkiem okien części wspólnych nieruchomości, klatek schodowych / 100 % ściany / - / - / - / - ;
- 5) reklama w formie podświetlanej gabloty / na przystankach autobusowych, toaletach publicznych, w obszarach MC i W: na budynkach usługowych, produkcyjnych, magazynowych, składowych / 1 na obiekt / 2 m² / 1 m / 2 m / 0,15 m / - ;
- 6) siatka zabezpieczająca, dopuszcza się siatki z reklamą w formie drukowanej / przy remoncie elewacji, pracach konserwatorskich, budowie / na obiektach wpisanych do rejestru zabytków oraz w obszarze MA reklama może stanowić 20% powierzchni siatki (z uwzględnieniem konieczności druku na siatce elewacji obiektu wpisanego do rejestru zabytków), w obszarze MB, MC i W na obiektach innych niż wpisane do rejestru zabytków reklama może stanowić 40% powierzchni siatki;

- 7) baner związany z prowadzoną działalnością / ogrodzenie przynależne do miejsca w którym prowadzona jest działalność wyłącznie w obszarach MB, MC, W / maksymalnie dwa na ogrodzenie montowane obok siebie / format A1 / 0,85 / 0,6 / - / kolorystyka maksymalnie 3 barwy, zakaz używania tła dla treści reklamy w kolorze czerwonym, pomarańczowym i żółtym i ich nasyconych odcieniach;
- 8) reklama okolicznościowa w formie flag na wysięgnikach montowanych do słupa lub jako prostopadłe tablice montowane pionowo w ramie / słupy oświetleniowe / jedna na słup / 0,28 m / 0,4 m / 0,8 m / rama metalowa w kolorze słupa;
- 9) reklama okolicznościowa w formie banneru rozpiętego między słupami / jedna na 2 słupy oświetleniowe /
- 10) reklama w ogródkach gastronomicznych jako znaki bez tła (nazwa lub logotyp sponsora wyposażenia ogródka) / na lambrekinach parasoli i innych elementach wyposażenia ogródka gastronomicznego, zakaz lokalizacji na ogrodzeniach / 1 na element wyposażenia / 50 % powierzchni elementu (lambrekinu, blatu stołu, oparcia krzesła) / - / 0,2 m / - / , w obszarze MA i przy ogródkach realizowanych przy obiektach wpisanych do rejestru zabytków kolor monochromatyczny, odcienie sepia lub wynikające z obiektu do którego przynależy ogródek;
- 11) reklama na obiektach małej architektury lokalizowanych na przestrzeniach ogólnodostępnych jako informacja o artyście lub fundatorze / na rzeźbach , fontannach, innych podobnych / 1 tabliczka na obiekt / 0,02 m² / 0,2 m / 0,1 m / 0,05 m / wykonana z metalu, lub materiału przeziernego, tylko kolor tła i kolor znaków biel lub czerń lub znaki grawerowane.

§ 10.1. Ustala się zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych lokalizowanych jako wolnostojące trwale związane z gruntem, ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów z jakich mają być wykonane z rozróżnieniem ich rodzajów z rozróżnieniem na rodzaje:

- 1) reklama mała w formie pylona reklamowego dopuszczonego jako reklama podświetlana:
 - a) lokalizowany na terenach publicznych w obszarach MB, MC, W:
 - o jednolitej formie w obrębie ulicy, placu lub innego terenu publicznego,
 - obowiązuje minimalna odległość 30 m między pylonami reklamowymi, tabliczkowymi,
 - w obrębie parku miejskiego, wielkiego możliwość lokalizacji 1 pylonu reklamowego,
 - maksymalna szerokość nośnika reklamowego 1,2 m, maksymalna wysokość nośnika reklamowego 2,2 m,
 - b) lokalizowany w obszarach niepublicznych MB, MC, W na działkach prowadzonej na terenie działalności, tylko reklama związana z prowadzoną działalnością,:
 - dwa pylony na jedną nieruchomość lokalizowany na działce lub bezpośrednio przed nią w pasie drogowym,
 - maksymalna szerokość nośnika reklamowego 1,2 m, maksymalna wysokość nośnika reklamowego 2,2 m, na terenach MB, MC, W;
- 2) pylon tabliczkowy na terenach publicznych będący Systemem Informacji Gminnej:
 - a) lokalizowany na terenach publicznych w obszarach MA, MB, MC, W,
 - b) o jednolitej formie na cały obszar gminy,
 - c) zawartość tabliczki: nazwa działalności adres, kierunek dojazdu / dojścia, ewentualnie logotyp, sygnet,
 - d) obowiązuje minimalna odległość 30 m między pylonami,
 - e) w obrębie parku miejskiego, wielkiego możliwość lokalizacji 1 pylonu tabliczkowego,
 - f) maksymalna szerokość nośnika reklamowego 1,2 m, maksymalna wysokość nośnika reklamowego 2,2 m,
 - g) wielkość pojedynczego modułu tabliczki do 0,1 m²,
- 3) reklama duża w formie billboardu, zlokalizowana w obszarze W wzdłuż drogi krajowej;

- a) odległość od zewnętrznej krawędzi jezdni – nie mniej niż w przepisach odrębnych, zlokalizowana prostopadle do osi jezdni,
 - b) odległość między bilbordami – nie mniej niż 100 m,
 - c) odległość od granicy z działką innej własności nie mniej niż 50 m (nie dotyczy drogi),
 - d) odległość od najbliższej zlokalizowanych okien w budynku nie może wynosić mniej niż 20,0 m,
 - e) wysokość do 9 m,
- 4) słup ogłoszeniowo – reklamowy:
- a) lokalizowany w obszarach MA, MB, MC i W na lub przy nawierzchni zapewniającej utrzymanie czystości słupa,
 - b) odległość między słupami 30 m;
- 5) pylon reklamowy stacji benzynowej zawierający ceny:
- a) lokalizowany na terenach zabudowanych w obszarach MB, MC, W:
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji 3 m²,
 - maksymalna wysokość 3,2 m,
 - lokalizowany w obrębie stacji,
 - b) lokalizowany na terenach niezabudowanych w obszarach W:
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji 6 m²,
 - maksymalna wysokość 4,4 m,
 - lokalizowany w obrębie stacji lub w pasie drogowym bezpośrednio przy stacji;
- 6) reklama wyborcza na własnych urządzeniach ogłoszeniowych:
- a) lokalizowana na terenach publicznych w obszarach MA, MB, MC, W,
 - b) odległość od zewnętrznej krawędzi jezdni – nie mniej niż w przepisach odrębnych,
 - c) czas reklamowy do 7 dni po zakończeniu wyborów.
- § 11. 1.** Ustala się zasady i warunki sytuowania reklam przenośnych, ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów z jakich mają być wykonane z rozróżnieniem ich rodzajów:
- 1) potykacz reklamowy:
 - a) lokalizowany bezpośrednio przy wejściu z zewnątrz do lokalu znajdującego się na parterze lub w suterenie, lokalizowanie na chodniku tylko gdy szerokość chodnika wynosi więcej niż 2,5 m
 - b) powierzchnia ekspozycji nie więcej niż format A2,
 - c) maksymalne gabaryty: szerokość 0,5 m, wysokość - 0,9 m,
 - 2) reklamy okolicznościowe w postaci nośników pneumatycznych i innych form przenośnych w tym masztów flagowych:
 - a) lokalizowane na terenach publicznych w obszarach MA, MB, MC i W,
 - b) lokalizowane na czas trwania imprezy plus 3 dni przed i 3 dni po.
 - 3) reklama obwoźna:
 - a) wyborcza, zgodnie z przepisami odrębnymi,
 - b) reklama lokalizowana na pojazdach komunikacji gminnej, międzygminnej.

Rozdział 4.

Ustalenia dotyczące obiektów małej architektury

§ 12. 1. W zakresie sytuowania obiektów małej architektury obowiązują zasady jak dla reklam określone w §6 ust. 8

2. Na terenach publicznych w obszarze MA:

- 1) dla obiektów użyteczności publicznej, t.j. ławki, śmietniki, wiaty przystankowe, gminne tablice informacyjne, parkomaty i automaty sprzedażowe, obowiązuje wspólna stylistyka, nawiązującą do historycznej zabudowy, wykonanie z dobrej jakości materiałów, obowiązuje naturalny kolor materiału w przypadku drewna, stali i ceramiki, metale nieszlachetne należy malować jako matowe na kolor czarny bądź grafitowy,
- 2) dla parkomatów i automatów sprzedażowych obowiązuje kolor grafitowy w macie,
- 3) dla obiektów ogrodowych m.in. pomników, fontann i tym podobnych ustala się wykonanie z materiałów wysokiej jakości: kamień, drewno, metal, ceramika, szkło, w kolorach stonowanych i z dostosowaniem skali i formy do miejsca w jakiej ma być zlokalizowana.

3. Na terenach publicznych w obszarach MB, MC, dla obiektów użyteczności publicznej, t.j. ławki, śmietniki, wiaty przystankowe, gminne tablice informacyjne:

- 1) obowiązuje wspólna stylistyka,
- 2) wykonanie z dobrej jakości materiałów, w naturalnym kolorze materiału w przypadku drewna i stali, metale nieszlachetne należy malować jako matowe na kolor czarny bądź grafitowy.

4. Na terenach publicznych w obszarach W, dla obiektów użyteczności publicznej, t.j. ławki, śmietniki, wiaty przystankowe, gminne tablice informacyjne:

- 1) obowiązuje wspólna stylistyka, przy czym dopuszcza się w obrębie każdej wsi włączenie do projektu powyższych obiektów cechy (z dopuszczeniem innego koloru tylko jako akcentu), która będzie wyróżniać je spośród pozostałych obrębów wiejskich;
- 2) wykonanie z dobrej jakości materiałów, w naturalnym kolorze materiału w przypadku drewna i stali, metale nieszlachetne należy malować jako matowe na kolor czarny bądź grafitowy.

5. Obiekty użyteczności publicznej wiaty przystankowe, kosze na śmieci i gminne tablice informacyjne na terenie gminy powinny posiadać spójny element dekoracyjny identyfikujący gminę (np. koło młyńskie).

6. Dla obiektów kultu religijnego, zlokalizowanymi poza granicami terenów użytkowanych jako miejsca kultu i działalności religijnej oraz cmentarzami, obowiązuja:

- 1) wysokość do 4,5 m,
- 2) wykonane z drewna, cegły, kamienia, metalu, z elementami szkła, ceramiki.

7. Dla obiektów użytkowych służących rekreacji codziennej (place zabaw) ustala się wysokość do 5,0 m.

Rozdział 5. **Ustalenia dotyczące ogrodzeń**

§ 13. 1. Na obszarze MA:

- 1) na działkach wchodzących w skład obszaru oznaczonego symbolem MUR, zgodnie z Załącznikiem nr 1B:
 - a) w związku z obowiązkowym utrzymaniem obligatoryjnej linii zabudowy bloku dla pierzei tylnych i bocznych ustala się przejazd bramny lub murowane ogrodzenie o wysokości muru bramnego nie mniejszej niż 2,40 m, w pierzei frontowej ustala się zakaz stosowania ogrodzeń,
- 2) na działkach wchodzących w skład obszaru oznaczonego symbolem MUR1 zgodnie z Załącznikiem nr 1B:
 - a) dla pierzei frontowej ustala się przejazd bramny lub murowane ogrodzenie o wysokości muru bramnego nie mniejszej niż 2,40 m, dla pierzei tylnej i bocznych w obrysie bloku dopuszcza się jak dla pierzei frontowej lub jak w § 13 ust 1 pkt 3,
- 3) na pozostałych działkach:
 - a) ogrodzenia trwale związane z gruntem, o wysokości do 1,5 m nad poziomem terenu, (wysokość ogrodzeń nie dotyczy wysokości ogrodzeń obiektów sportowych i innych ograniczeń wymaganych przepisami odrębnymi),

- b) dopuszczone formy ogrodzeń: ażurowe jako kute lub słupki murowane z przęsłami kutymi lub drewnianymi, zakaz realizacji ogrodzeń systemowych i wykonanych z prefabrykatów betonowych, żelbetowych i blachy;
- c) w obrębie każdej grodzonej nieruchomości od strony terenów publicznych obowiązuje jeden rodzaj ogrodzenia, bramy i furty, z dopuszczeniem jako wyjątku użycie drugiego rodzaju ogrodzenia w formie żywopłotu.

2. W obszarze MB, MC i W:

- 1) na terenach zabudowanych ogrodzenia ażurowe jako kute lub słupki murowane, metalowe, betonowe z przęsłami kutymi lub drewnianymi lub w formie siatki metalowej (obowiązek ogrodzeń ażurowych nie dotyczy terenów produkcyjnych, składowych, magazynowych i innych związanych z wymogami przepisów odrębnych), trwale związanych z gruntem, o wysokości do 1,5 m nad poziomem terenu, (wysokość ogrodzeń nie dotyczy wysokości ogrodzeń obiektów sportowych i innych związanych z wymogami przepisów odrębnych);
- 2) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń w postaci żywopłotów;
- 3) zakaz sytuowania ogrodzeń wykonanych z prefabrykatów betonowych, żelbetowych i blachy;
- 4) w obrębie każdej grodzonej nieruchomości od strony terenów publicznych obowiązuje jeden rodzaj ogrodzenia, bramy i furty, z dopuszczeniem jako wyjątku użycie drugiego rodzaju ogrodzenia w formie żywopłotu;
- 5) ogrodzenia należy lokalizować w granicach działki, za wyjątkiem uzasadnionych przypadków, w których dopuszcza się cofnięcie ich w głąb działki: zgodnie z przepisami odrębnymi, przebiegiem sieci i lokalizacją urządzeń i sieci infrastruktury technicznej, ukształtowaniem terenu, lokalizacją drzew, zagospodarowaniem terenu;

3. W celu swobodnej migracji małych zwierząt w ogrodzeniach należy zastosować przejścia ekologiczne w możliwych postaciach:

- 1) z przerwami w podmurówce,
- 2) otworów w pełnych elementach ogrodzenia zlokalizowanych przy gruncie o średnicy do 0,15 m lub o parametrach 0,12 m na 0,12 m, w odległościach co 10 m,
- 3) prześwitu w przęśle ogrodzenia pozbawionym podmurówki do 0,15 m od poziomu gruntu.

Rozdział 6.

Przepisy przejściowe i dostosowujące

§ 14. 1. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, poza obiektami kultu religijnego, ustala się termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale wynoszący 36 miesięcy.

2. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń, nie ustala się terminu dostosowania ich do ustaleń niniejszej uchwały.

3. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustala się następujące terminy dostosowania do zasad i warunków określonych uchwałą:

- 1) dla szyldów ustala się na 24 miesiące;
- 2) dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych ustala się na 24 miesiące;

4. Przepisów ustępu 1 i 2 nie stosuje się dla obiektów wpisanych do rejestru zabytków i będących w gminnej ewidencji zabytków.

Rozdział 7.
Przepisy końcowe

§ 15. 1. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta i Gminy Młynary. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od daty ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Warmińsko – Mazurskiego.

Przewodnicząca Rady
Miejskiej

mgr
inż. Stanisława Szczepaniak

OZNACZENIA**MA** granica obszaru MA**MB** granica obszaru MB**MC** obszar MC

granice działek

określone w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego linie rozgraniczające tereny

Załącznik Nr 1 A
do Uchwały Nr XLVII/308/2018
Rady Miejskiej w Młynarach
z dnia 24 września 2018 r.

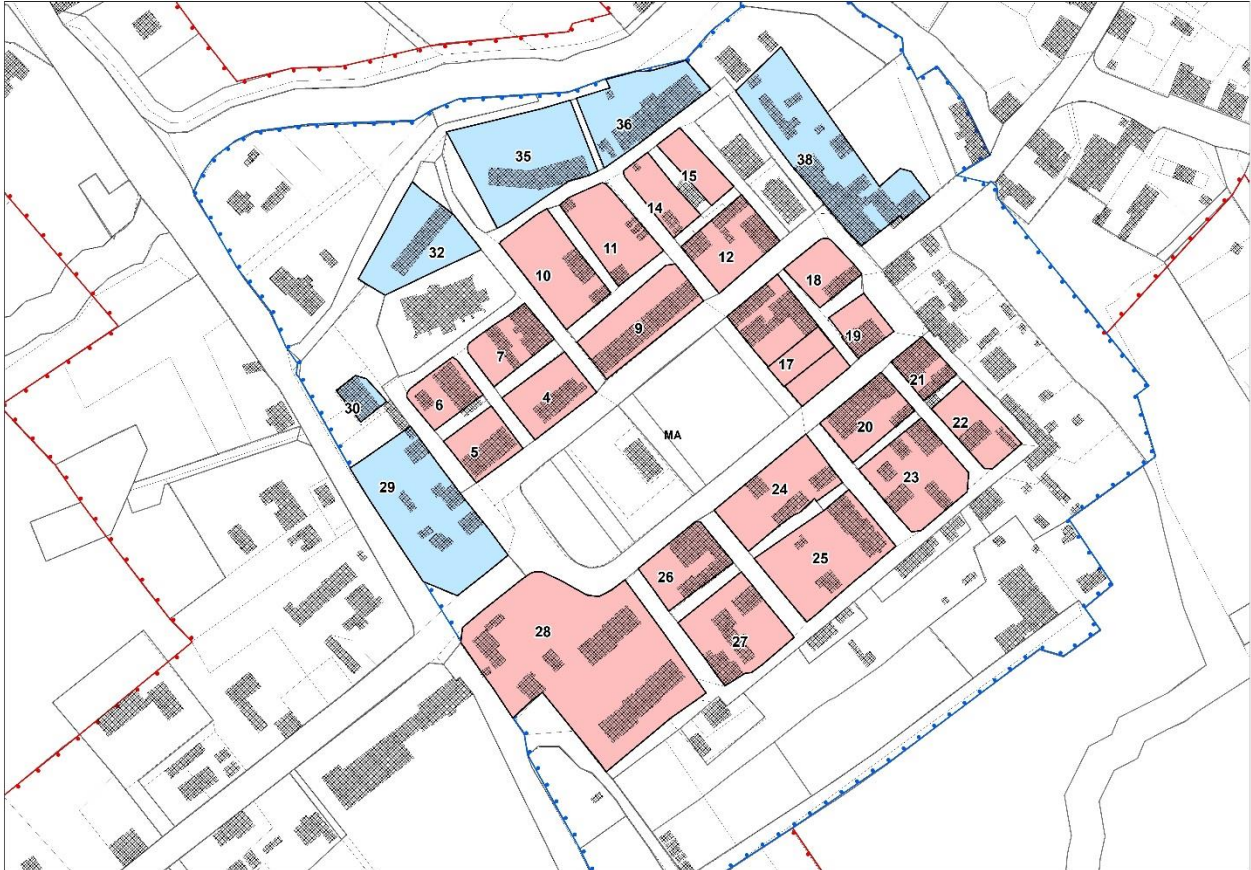
OZNACZENIA**MA** granica obszaru MA**MB** granica obszaru MB**MC** obszar MC

MUR

MUR1

określone w miejscowym planie zagospodarowania
przestrzennego linie rozgraniczające tereny oraz numery terenów

granice działek

Załącznik Nr 1B
do Uchwały Nr XI.VII/308/2018
Rady Miejskiej w Młynarach
z dnia 24 września 2018 r.

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr XLVII/308/2018
Rady Miejskiej w Młynarach
z dnia 24 września 2018 r.

ROZSTRZYGNIĘCIE O SPOSOBIE ROZPATRZENIA UWAG ZŁOŻONYCH DO PROJEKTU UCHWAŁY W SPRAWIE USTALENIA ZASAD I WARUNKÓW SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTÓW, STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH ORAZ RODZAJÓW MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE

Projekt uchwały w sprawie „ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane” został wyłożony do publicznego wglądu w okresie od 16 maja 2018 r. do 20 czerwca 2018 r. Termin wnoszenia uwag dotyczących wykładanego projektu uchwały upłynął z dniem 16 maja 2018 r. do 20 czerwca 2018 r.

W wyznaczonym terminie nie wpłynęły żadne uwagi.