



DZIENNIK URZĘDOWY

WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

Kielce, dnia 28 kwietnia 2022 r.

Poz. 1694

UCHWAŁA NR LX/1188/2022 RADY MIASTA KIELCE

z dnia 21 kwietnia 2022 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. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r., poz. 503) uchwala się, co następuje:

§ 1. 1. Uchwala 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, obowiązujące na obszarze Gminy Kielce (zwanej dalej: „Miastem”).

2. Integralną częścią uchwały są:

- 1) **opis granic stref**, stanowiący **Załącznik nr 1** do uchwały;
- 2) **rysunek granic stref**, stanowiący **Załącznik nr 2** do uchwały;
- 3) rozstrzygnięcie w sprawie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Kielce uwag zgłoszonych do projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Kielcach, stanowiące **Załącznik nr 3** do uchwały.

Rozdział 1. Przepisy wstępne

§ 2. 1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej uchwale. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o których mowa w przepisach uchwały, na warunkach i zasadach określonych w przepisach uchwały, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy, w niniejszej uchwale określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być sytuowane na danej nieruchomości. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów szyldów, o których mowa w Rozdziale III, na warunkach i zasadach określonych w przepisach uchwały.

3. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury i ogrodzeń na zasadach i warunkach, ustalonych w Rozdziale VI i Rozdziale VII.

4. Przepisów uchwały nie stosuje się w odniesieniu do tablic informujących o finansowaniu inwestycji ze środków publicznych, w tym pochodzących z Unii Europejskiej.

§ 3. Ustala się podział Miasta na strefy, oznaczone jako: „A”, „B”, „C” i „D” o zróżnicowanych zasadach sytuowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, których opis granic zawiera Załącznik nr 1 do niniejszej uchwały a rysunek granic zawiera Załącznik nr 2 do niniejszej, gdzie wyodrębniono następujące obszary: „A” – teren centralny miasta oraz główne obszary ochrony dziedzictwa kulturowego;

„B” - tereny zurbanizowane inne niż „A”, „C” i „D”; „C” - tereny o dominujących funkcjach gospodarczych (przemysł, bazy, składy, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m², obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych); „D” - tereny lasów, parków, skwerów, cmentarzy, dolin rzecznych, zieleni urządzonej i naturalnej oraz inne cenne pod względem przyrodniczym i krajobrazowym;”.

§ 4. 1. Ilekróć w uchwale jest mowa o:

- 1) **banerze reklamowym** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, nieażurowe, wykonane z tkanin, tekstyliów lub z miękkich tworzyw sztucznych, rozpinane pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych lub otaczających obiektach np. na stelażu, rusztowaniu budowlanym, elewacji budynku, ogrodzeniu, pojeździe (np. plandeka, transparent), za wyjątkiem flag, markiz i siatek reklamowych;
- 2) **detalu architektonicznym** - należy przez to rozumieć element dekoracyjny obiektu budowlanego, w szczególności m.in.: gzyms, fryz, belkowanie, roleta lub żaluzja zewnętrzna, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, pływca, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego;
- 3) **fladze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, tekstyliów lub folii z tworzywa sztucznego, sytuowaną w szczególności na masztach, słupach lub wysięgnikach umocowanych na elewacji;
- 4) **formacie drobnym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości do 0,2 m² włącznie;
- 5) **formacie małym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od powyżej 1,0 m² do 3,0 m² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 2,0 m, o maksymalnej grubości 0,25 m;
- 6) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od powyżej 3,0 m² do 9,0 m² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 3,8 m, o maksymalnej grubości 0,50 m;
- 7) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną lub prostokątną z zaokrąglonymi narożnikami, powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od powyżej 9,0 m² do 18,0 m² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 6,4 m, o maksymalnej grubości 0,50 m;
- 8) **formacie wielkim** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości powyżej 18,0 m², o maksymalnej grubości 0,70 m;
- 9) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie oszklonej szafki o maksymalnej wysokości 75 cm, maksymalnej szerokości 75 cm i maksymalnej grubości 5 cm, służące do prezentacji oferty gastronomicznej na papierowych arkuszach umieszczanych wewnątrz urządzenia;
- 10) **imprezie miejskiej** – należy przez to rozumieć zgłoszone do właściwego organu imprezy masowe oraz inne przedsięwzięcia realizowane w przestrzeni publicznej, w szczególności: uroczystości państwowe lub religijne, wystawy i kiermasze, wydarzenia kulturalne, sportowe, o charakterze charytatywnym, promocyjnym, informacyjnym, upamiętniającym, integrującym i inne;
- 11) **kasetonie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie przestrzennej, wielobocznej, jednobryłowej, zamkniętej konstrukcji niepełnej w środku, z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, zazwyczaj podświetlaną od wewnątrz, o grubości ponad 3,0 cm;
- 12) **Kieleckim Informatorze Społecznym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie słupa o wysokości całkowitej do 3,5 m z zamontowanym wspornikowo wysięgnikiem z dwustronnym

wyświetlaczem elektronicznym o maksymalnych wymiarach: wysięg do 1,0 m włącznie, wysokość wysięgnika do 0,55 m włącznie, grubość wysięgnika do 0,30 m włącznie;

- 13) **kiosku biletowo – gazetowym** – należy przez to rozumieć usytuowany w pasie drogowym drogi publicznej tymczasowy parterowy obiekt budowlany nie połączony trwale z gruntem, o funkcji handlowo – usługowej oraz o powierzchni zabudowy nie przekraczającej 10,0 m², maksymalnym wymiarze liniowym w rzucie 4,0 m oraz wysokości nie przekraczającej 3,5 m;
- 14) **logo, logotypie** – należy przez to rozumieć graficzne przedstawienie marki podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną, stanowiące element identyfikacji wizualnej;
- 15) **markizie** – należy przez to rozumieć wykonane z miękkiej tkaniny lub tworzywa składane zadaszenie osłaniające okno lub witrynę sklepową od słońca;
- 16) **maszcie flagowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie pionowego słupa bądź wysokiej, smukłej konstrukcji, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy w formie zamocowanej flagi;
- 17) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną bezpośrednio na ścianie obiektu budowlanego z użyciem technik plastycznych;
- 18) **neonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci jarzeniowej lampy świetlnej elektrycznej lub zespołu takich lamp, wykonanych z giętych zamkniętych profili szklanych, wypełnionych gazem, mieszaną gazów lub luminoforem;
- 19) **nośniku reklamowym typu R1** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej trwale związanej z gruntem lub usytuowanej na obiekcie budowlanym jedno- lub dwustronnej tablicy, gabloty lub wyświetlacza o płaskiej powierzchni ekspozycyjnej w układzie pionowym nie przekraczającej 3,0 m² dla jednej strony, podświetlonej lub nie podświetlonej, o wymiarach 1,4 m x 2,0 m z dopuszczalną zmianą każdego z ww. wymiarów liniowych o maksimum 10%, maksymalnej grubości 0,30 m oraz maksymalnej wysokości całości konstrukcji 3,0 m od poziomu terenu;
- 20) **nośniku reklamowym typu R2** – należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 9,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 3,6 m x 2,5 m z dopuszczalną zmianą każdego z wymiarów liniowych o maksimum 10%, o maksymalnej wysokości całości konstrukcji 6,0 m od poziomu terenu;
- 21) **nośniku reklamowym typu R3** - należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym lub dwóch słupach tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 18,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 6,0 m x 3,0 m z dopuszczalną zmianą każdego z ww. wymiarów liniowych o maksimum 10%, o maksymalnej wysokości całości konstrukcji 9,0 m od poziomu terenu;
- 22) **nośniku reklamowym typu R4** - należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 48,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 12,0 m x 3,0 m lub 12,0 m x 4,0 m z dopuszczalną zmianą każdego z ww. wymiarów liniowych o maksimum 10%, o maksymalnej wysokości konstrukcji 12,0 m;
- 23) **obręb parteru** – należy przez to rozumieć część elewacji budynku znajdującą się pomiędzy poziomem terenu a dolną krawędzią gzymsu dzielącego kondygnację przyziemia od kondygnacji I piętra lub w przypadku braku gzymsu - rzędną górnej płaszczyzny stropu zlokalizowanego bezpośrednio nad kondygnacją przyziemia;
- 24) **ogródka gastronomicznym** – należy przez to rozumieć wydzielony obszar, na którym prowadzona jest działalność gastronomiczna;
- 25) **parterze** – należy przez to rozumieć pierwszą kondygnację nadziemną, niezagłębioną poniżej poziomu terenu;
- 26) **pasie reklamowym** - należy przez to rozumieć część elewacji parteru budynku zawierającą się pomiędzy górną krawędzią witryn (otworów okiennych i drzwiowych) w kondygnacji przyziemia a linią wyznaczoną

przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację (np. gzyms), wyznaczającą przestrzeń reklamową, przy czym:

a) w przypadku braku ww. elementu (np. gzymsu) za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć linię wyznaczoną przez dolną krawędź najniżej położonego na elewacji elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, detal architektoniczny) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów;

b) w przypadku obiektów parterowych za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć górną krawędź elewacji;

27) **pneumatycznym urządzeniu reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe o dowolnych wymiarach, wolnostojące i w formie dmuchanej, w szczególności balon, brama, banner, namiot, postać chwieja, sterowiec, atrapy produktów, maskotki, loga, znaki firmowe, wizytówki;

28) **przestrzeni ponad poziomem parteru** - należy przez to rozumieć przestrzeń powyżej dolnej krawędzi gzymsu parteru lub w przypadku braku takiego gzymsu powyżej linii górnej płaszczyzny stropu kondygnacji parteru;

29) **przestrzeni dostępnej publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępna przestrzeń pozostająca w zarządzie publicznym;

30) **przeszkleniu** — jednocześnie lub składająca się z kwater zewnętrzna przezierna przegroda budynku, w szczególności szyba zespolona w oknie, witrynie lub ścianie osłonowej;

31) **pylonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, pionowe, wolnostojące, z podstawą zagłębioną poniżej poziomu terenu lub bez wyodrębnionej podstawy, jedno lub wielostronne, charakteryzujące się zwartą formą i kształtem, stanowiące tło na całej jego wysokości dla treści reklamowych lub informacyjnych, w tym tablic płaskich o jednakowych gabarytach, z rozróżnieniem na:

a) **pylon cenowy** - informujący o cenach obowiązujących na stacji paliw;

b) **pylon wizytówkowy** - eksponujący modułowo rozmieszczone tabliczki formatu drobnego oraz zwieńczony w jego najwyższej części nie więcej niż jedną tablicą reklamową o szerokości tego pylonu;

c) **pylon zbiorczy** - eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe;

32) **reklamie wyborczej** - należy przez to rozumieć materiał wyborczy lub reklama kandydatów w formie tablicy reklamowej sytuowanej na okres kampanii wyborczych (parlamentarnych, prezydenckich, do jednostek samorządu terytorialnego) oraz do czternastu dni po ich zakończeniu;

33) **rysunku** – należy przez to rozumieć załącznik graficzny w skali 1:10 000, jednoznacznie określający granice podziału Kielc na obszary: A, B, C i D stanowiący Załącznik nr 2 do uchwały;

34) **siatce reklamowej** — należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, ażurowe, wykonane z tkanin, tekstyliów lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki, rozpięte pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych, na otaczających obiektach, elewacjach budynków lub na rusztowaniu budowlanym;

35) **slupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe w kształcie walca; o średnicy do 1,40 m włącznie, o wysokości powierzchni ekspozycyjnej do 3,5 m włącznie i wysokości całkowitej obiektu do 5,0 m włącznie;

36) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć wolnostojące przenośne urządzenie reklamowe w formie stojaka o maksymalnej wysokości do 1,2 m i maksymalnej szerokości do 0,60 m, składające się z dwóch płyt (tablic reklamowych) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 0,50 m² każda, złączonych górną krawędzią, sytuowane bezpośrednio przy wejściu do lokalu użytkowego lub w granicach ogródka gastronomicznego, eksponowane w godzinach otwarcia lokalu, zawierające wykonane technikami plastycznymi informacje o ofercie działalności, w szczególności o wydarzeniu, wystawie, jadłospisie; przy czym powierzchnia terenu zajmowanego przez urządzenie nie może przekraczać 0,50 m²;

37) **szyldzie głównym** – należy przez to rozumieć pionowy lub poziomy szyld działalności głównej na danej nieruchomości dla obiektów usługowych, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, obiektów użyteczności publicznej, obiektów instytucji kultury itp., sytuowany równolegle do płaszczyzny elewacji na jednym z obiektów (np. na budynku, pylonie, totemie);

- 38) **szyldzie naklejonym lub reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie folii naklejanej od zewnętrznej lub wewnętrznej strony na przeszkleniach okien, witryn, drzwi wejściowych, elewacjach szklanych wraz z tłem;
- 39) **szyldzie równoległym** – należy przez to rozumieć szyld usytuowany równolegle do płaszczyzny sytuowania;
- 40) **szyldzie semaforowym** – należy przez to rozumieć szyld usytuowany pod kątem prostym do płaszczyzny sytuowania w formie jedno- lub dwustronnej płaskiej tablicy reklamowej, logo, logotypu lub figury, mocowaną do lica elewacji, w szczególności poprzez zastosowanie wysięgnika/ów wraz z tłem;
- 41) **szyldzie wizytówkowym** – należy przez to rozumieć szyld równoległy o maksymalnej powierzchni 0,25 m² usytuowany w stosunku do innych szyldów wizytówkowych w sposób modułowy z uwzględnieniem jednolitych zasad, w szczególności zastosowanych wymiarów i proporcji, materiału, barw, odstępów między nimi, tła, wyrównania i justowania treści;
- 42) **szyldzie zmiennym** – należy przez to rozumieć szyld w postaci wyświetlacza elektronicznego umożliwiający zdalną zmianę treści przekazu informacyjnego;
- 43) **tablicy dojazdowej** – należy przez to rozumieć tablicę jedno- lub dwustronną tablicę o maksymalnych wymiarach szerokości i wysokości odpowiednio 1 m x 1,2 m, przedstawiającą jedynie informację graficzną o kierunku jazdy i odległości do reklamującego się podmiotu oraz jego logo/logotyp i nazwę;
- 44) **tablicy reklamowej umieszczonej na rusztowaniu** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową montowaną na rusztowaniu i usytuowaną na nieruchomości, na której prowadzone są roboty remontowe lub budowlane, w czasie prowadzenia tych robót;
- 45) **technice plastycznej** – należy przez to rozumieć ręczne wytwarzanie informacji wizualnej, w szczególności: malunek, rysunek, mozaika, sgraffito, witraż, metaloplastyka;
- 46) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące, trwale związane z gruntem pionowe urządzenie reklamowe w formie słupa lub pionowej konstrukcji, na którym w górnej części, powyżej 2/5 całkowitej wysokości, usytuowana jest treść reklamowa lub informacyjna;
- 47) **uchwale** – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę Rady Miasta Kielce;
- 48) **urządzeniu wyborczym** – należy przez to rozumieć reklamę przenośną w formie urządzenia reklamowego wykonanego z lekkiej konstrukcji przestrzennej przeznaczonej do mocowania do niej reklamy wyborczej, sytuowane w miejscach wyznaczonych przez Prezydenta Miasta Kielce;
- 49) **witaczu wejściowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową z reklamą bieżącej oferty działalności, sytuowaną przy wejściu do przestrzeni działalności lub przy oknie sprzedażowym, w szczególności na obiekcie budowlanym (np. bezpośrednio lub w gablocie) lub jako reklama przenośna (np. na pulpicie, stojaku reklamowym lub sztaludze);
- 50) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe umożliwiające ekspozycję towarów lub prezentację usług danego lokalu użytkowego, rozumiane jako przestrzeń zawarta pomiędzy ościeżami, łącznie z powierzchnią szklenia witryny;
- 51) **wysokości sytuowania** – należy przez to rozumieć wysokość od poziomu terenu do dolnej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 52) **znakach bez tła** – należy przez to rozumieć urządzenia reklamowe w postaci przestrzennego blokowego napisu, logo lub logotypu, nieposiadające tła, których powierzchnia w płaszczyźnie ekspozycyjnej nie przekracza 60% powierzchni prostokąta opisanego na zewnętrznych krawędziach tej płaszczyzny (powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną reklamy), montowane bezpośrednio do płaszczyzny elewacji budynku lub przy pomocy konstrukcji ażurowych, na dachach budynków, budowlach lub ogrodzeniach (w tym gięte profile neonowe);
- 53) **znaku** – każdy znak graficzny, pisarski lub typograficzny, w szczególności: litera, cyfra, symbol, piktogram, sygnet lub logotyp, lub ich ciąg (np. litery pisane łącznie);
- 54) **zwartej grupie tablic reklamowych** – należy przez to rozumieć należy przez to rozumieć zbiór tablic reklamowych, których łączna powierzchnia ekspozycji stanowi minimum 80% powierzchni wieloboku foremnego lub elipsy opisanego na najdalej oddalonych punktach tego zbioru;

2. Niezdefiniowane pojęcia użyte w uchwale należy rozumieć zgodnie z ich definicjami określonymi w przepisach odrębnych.

Rozdział 2.

Przepisy ogólne

§ 5. Uchwała się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) o ile przepisy szczegółowe niniejszej uchwały nie stanowią inaczej:

1. Łączna powierzchnia ekspozycji reklamy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z uwzględnieniem szyldów) na obiektach budowlanych nie może przekroczyć:

- a) w strefach „A”, „B” i „D”: 20% powierzchni całkowitej elewacji, z uwzględnieniem przepisów lit. „c” i „d”;
- b) w strefie „C”: 40% powierzchni całkowitej elewacji, z uwzględnieniem przepisów lit. „c” i „d”;
- c) dla kiosków biletowo – gazetowych, niezależnie od strefy: 40% łącznej powierzchni wszystkich elewacji kiosków;
- d) w strefach „B”, „C”, dla elewacji szczytowych bez okien, elewacjach o łącznej powierzchni okien nie przekraczających 5% powierzchni całkowitej elewacji lub wyłącznie z oknami klatek schodowych, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym drogi publicznej: 70%.

2. W przypadku, gdy wejście do lokalu z zewnątrz znajduje się na następnej kondygnacji ponad parterem lub w suterenie (m.in. wejście z galerii), przepisy dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w parterze stosuje się odpowiednio także dla tych kondygnacji i lokali.

3. Zakazuje się:

- 1) sytuowania tablic reklamowych w formie banerów reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów reklamowych i siatek reklamowych, z uwzględnieniem przepisów ust. 5 pkt 2 i 4;
- 2) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych - z wyłączeniem szyldów – na ogrodzeniach, tymczasowych obiektach budowlanych, obiektach małej architektury, elementach miejsc służących do czasowego gromadzenia odpadów stałych, toaletach miejskich, balustradach, dachach, murach, konstrukcjach oporowych oraz na obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej, z uwzględnieniem przepisów ust. 5 oraz § 10 ust. 2;
- 3) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na drogowych obiektach inżynierskich, urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego, budowlach o funkcji dźwiękochłonnej i na płotkach grodzących zlokalizowanych w pasie dzielącym jezdnię dróg publicznych;
- 4) sytuowania tablic i urządzeń reklamowych – z wyłączeniem szyldów – w strefie „A”, z uwzględnieniem przepisów ust. 5 pkt 2÷12;
- 5) sytuowania urządzeń reklamowych na pomnikach przyrody oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na drzewach i w zasięgu ich koron;
- 6) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z wyłączeniem szyldów) na terenach cmentarzy i ich ogrodzeniach;
- 7) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z wyłączeniem szyldów):
 - a) na budynkach wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w gminnej ewidencji zabytków oraz na nieruchomościach, na których znajdują się te obiekty;
 - b) na terenach wód powierzchniowych oraz w strefach „A”, „B” i „P” Kieleckiego Obszaru Chronionego Krajobrazu,
- 8) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych naruszających, niszczących oraz całkowicie lub częściowo przesłaniających: balkony, balustrady, wykusze, ryzality, rzygacze rynnowe, gzymsy, podcienia, pilastry, opaski okienne i drzwiowe, zwieńczenia, artykulacje, ozdobne zróżnicowania faktur tynków, okładzin kamiennych i klinkierowych, rysunek boniowania, elementy rzeźbiarskie i malarskie, sgraffita, dekoracje ceramiczne, kamienne, polichromowane, snycerskie, (z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych);

- 9) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający częściowo lub całkowicie, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony:
- otwory okienne, drzwiowe – z wyłączeniem szyldów lub reklam naklejanych oraz kiosków biletowo - gazetowych;
 - prześwity bramowe, podcienia – z wyłączeniem szyldów;
- 10) sytuowania szyldów nad otworami okiennymi lub drzwiowymi, zwieńczonymi łukami, krzywoliniowo lub detalem architektonicznym, w formie innej niż znaki bez tła (w tym dopuszczalna forma giętych lamp neonowych);
- 11) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych semaforowych nie spełniających następujących warunków:
- a) minimalna wysokość od poziomu terenu do dolnej krawędzi nośnika: 2,2 m,
 - b) maksymalna odległość od lica elewacji do najdalej wysuniętego elementu nośnika: 0,8 m;
- 12) sytuowania w strefach „A”, „B” i „D” tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zmiennych oraz szyldów zmiennych, z wyjątkiem wyświetlaczy stanowiących element tablic informujących o cenach paliw (pylonów cenowych), nośników Kieleckiego Informatora Społecznego oraz stanu miejsc parkingowych;
- 15) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z uwzględnieniem szyldów) na elewacji budynku w obrębie parteru lub poniżej gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra o łącznej powierzchni przekraczającej następujący procent powierzchni tej elewacji (liczonej w obrębie parteru), do której zalicza się powierzchnie drzwi, bram oraz okien i witryn;
- a) 20% w strefach „A” i „D”;
 - b) 30% w strefie „B”;
 - c) 40% w strefie „C”;
 - d) dla kiosków biletowo – gazetowych, niezależnie od strefy: zgodnie z § 5 ust. 1 lit. „c”;
4. Nakazuje się:
- 1) usytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych prostopadłe lub równoległe do elementów istniejącego zagospodarowania, w szczególności osi lub krawędzi jezdni, elewacji budynków, budowli lub linii ogrodzenia;
 - 2) w przypadku elewacji boniowanych - dostosowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do wysokości bonii elewacji i nie przekraczanie ich szerokości, jeśli występuje ten sam rodzaj artykulacji architektonicznej;
 - 3) w przypadku grupowania na elewacji budynków tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów):
 - a) w pasie wzdłuż osi o orientacji poziomej - zastosowanie ich jednakowych wysokości oraz sytuowanie krawędzi poziomych wzdłuż jednej linii;
 - b) w kolumnie wzdłuż osi o orientacji pionowej - zastosowanie ich jednakowych szerokości oraz sytuowanie krawędzi pionowych wzdłuż jednej linii;
5. Dopuszcza się:
- 1) sytuowanie odtworzonych historycznych neonów wg pierwowzoru na podstawie ikonografii archiwalnej;
 - 2) sytuowanie wszelkich form tymczasowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym m.in. banerów, siatek reklamowych, urządzeń pneumatycznych, masztów flagowych, ekranów świetlnych, wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych itp.) bez określania warunków (za wyjątkiem warunku nie zasłaniania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych), zasad sytuowania oraz gabarytów, instalowanych:
 - a) na czas trwania imprez miejskich oraz nie dłużej niż na 30 dni przed ich rozpoczęciem i demontowanych nie później niż w ciągu 6 dni roboczych po ich zakończeniu;

- b) będących reklamą wyborczą na czas trwania kampanii wyborczej oraz nie dłużej niż 14 dni po zakończeniu wyborów;
- 3) sytuowanie w przestrzeniach publicznych słupów ogłoszeniowo-reklamowych, w odległości nie mniejszej niż 35 m pomiędzy poszczególnymi słupami, a także między słupami a nośnikami reklamowymi typu R1;
- 4) sytuowanie jednej tablicy reklamowej na każdej elewacji, umieszczonej na rusztowaniu, na czas trwania robót remontowych lub budowlanych, pod następującymi warunkami:
 - a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce reklamowej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych;
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy wyłącznie na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie;
 - c) zakazuje się sytuowania więcej niż jednej tablicy reklamowej;
 - d) maksymalna powierzchnia reklamy wynosi:
 - i) 30% całkowitej powierzchni siatki w strefach „A” i „D”;
 - ii) 50% całkowitej powierzchni siatki w strefie „B”;
 - iii) 100% całkowitej powierzchni siatki w strefie „C”;
- 5) sytuowanie na obiektach małej architektury i pomnikach informacji o ich fundatorze (fundatorach) pod warunkiem, że tablice informacyjne wraz z treścią są wykonane z jednolitego kolorystycznie metalu, a powierzchnia pojedynczej tablicy nie przekracza 600 cm²;
- 6) wyłącznie na ścianach budynków pozbawionych otworów okiennych lub posiadających wyłącznie otwory okienne klatek schodowych – wykonanie technikami plastycznymi artystycznego muralu reklamowego pod warunkiem, że łączna powierzchnia logo sponsora i hasła reklamowego nie przekroczy 20% powierzchni muralu;
- 7) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jednostronnej lub dwustronnej ekspozycji na wiatrach przystanków komunikacji miejskiej pod następującymi warunkami:
 - a) powierzchnia ekspozycji pojedynczego nośnika z jednej strony nie przekracza 3,0 m²;
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji nośników na każdej elewacji wiaty nie przekracza 30% powierzchni tej elewacji;
- 8) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jednostronnej ekspozycji na ulicznych kioskach biletowo-gazetowych, pod następującymi warunkami:
 - a) maksymalna liczba tablic reklamowych dla jednego kiosku: 5;
 - b) dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe formatu drobnego i małego;
- 9) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w przejściach podziemnych, umieszczonych płasko na ścianach tunelu;
- 10) dla ogródków gastronomicznych zlokalizowanych w przestrzeniach publicznych:
 - a) jeden stojak reklamowy w bezpośrednim sąsiedztwie ich wejścia, a w przypadku występowania więcej niż jednego wejścia do lokalu, dopuszcza się drugi stojak w bezpośrednim sąsiedztwie kolejnego wejścia, jeżeli odległość pomiędzy wejściami jest większa niż 12 m,
 - b) jedną gablotę ekspozycyjną w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do lokalu, umieszczoną płasko na elewacji budynku, a w przypadku występowania więcej niż jednego wejścia do lokalu, dopuszcza się drugą gablotę, w bezpośrednim sąsiedztwie kolejnego wejścia, jeżeli odległość pomiędzy nimi jest większa niż 12 m,
 - c) jeden witacz w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do lokalu, o maksymalnych wymiarach 120 cm wysokości i 60 cm szerokości,
 - d) litery, logo lub logotypy przestrzenne na elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, których powierzchnia jest nie większa niż 20% powierzchni elementu, na którym się znajdują, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element wyposażenia ogródka,

e) usytuowanie szyldów na lambrekinach parasoli, markiz lub zadaszeń;

- 11) sytuowanie nośników Kieleckiego Informatora Społecznego wyłącznie w rejonie przystanków komunikacji miejskiej, w maksymalnej odległości 5,0 m od wiaty przystankowej lub w przypadku jej braku, od znaku przystankowego, w ilości wyłącznie jeden nośnik na jeden przystanek;
- 12) sytuowanie w strefie „A” wolnostojących nośników reklamowych typu R1 wyłącznie w pasach drogowych dróg publicznych pod warunkiem ich lokalizacji poza granicami obszarów wpisanych do rejestru zabytków, tj. poza granicami układu urbanistyczno-krajobrazowego miasta Kielce wpisane do rejestru zabytków pod nr A 321 oraz poza granicami zespołu fabrycznego dawnych zakładów białogońskich wraz z osiedlem przemysłowym wpisane do rejestru zabytków pod nr A 402/1 i A 402/2.

6. Przy sytuowaniu obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) oraz ogrodzeń należy uwzględnić warunki ochrony - w szczególności zakazy - form ochrony przyrody występujących na terenie miasta, tj. obszarów Natura 2000: Dolina Bobrzy PLH260014, Ostoja Wierzejska 260035 i Wzgórza Chęcińsko-Kieleckie PLH260041, Chęcińsko-Kieleckiego Parku Krajobrazowego, Chęcińsko-Kieleckiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, Kieleckiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, rezerwatów przyrody, użytku ekologicznego, stanowisk dokumentacyjnych, zespołu przyrodniczo-krajobrazowego oraz pomników przyrody wynikające z przepisów ustawy o ochronie przyrody i aktów prawa miejscowego.

Rozdział 3.

Szyldy

§ 6. Poza przepisami Rozdziału I i Rozdziału II uchwały, ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania szyldów:

1. Zakazuje się sytuowania szyldów w formie baneru reklamowego i siatki reklamowej.
2. W strefach „A”, „B” i „D” zakazuje się sytuowania szyldów zmiennych, o ile nie stanowią one cenników stacji paliw lub informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych.
3. Na budynkach wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w ewidencji zabytków zabytkach nieruchomych niezależnie od ich lokalizacji obowiązują zasady, warunki i gabaryty szyldów takie, jak określone dla strefy „A”;
4. Dla szyldów zlokalizowanych na elewacjach budynków zakazuje się ich sytuowania ponad poziomem parteru, z uwzględnieniem przepisów § 5 ust. 2, ust. 5 pkt 1, 2, 4, 6 – oraz za wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w ust. 5, przy czym: w obrębie parteru szyldy dopuszcza się wyłącznie:
 - 1) w pasie reklamowym zgodnie z przepisem § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „a”;
 - 2) w pasie o szerokości maksymalnie 1,0 m symetrycznie po obu stronach wejścia do budynku lub bramy zgodnie z przepisem § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „b”;
 - 3) w prześwitach podcieni, portyków oraz w przejazdach bramnych, za wyjątkiem budynków wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w gminnej ewidencji zabytków: wyłącznie w formie znaków bez tła, o ile ich wysokość nie przekracza 20% wysokości podcienia;
5. Na elewacjach budynków nie ujętych w rejestrze zabytków i w ewidencji zabytków dopuszcza się sytuowanie szyldów powyżej obrębu parteru (w tym szyldy, których górna krawędź usytuowana jest powyżej górnej krawędzi elewacji frontowej) wyłącznie dla budynków użyteczności publicznej, przy uwzględnieniu przepisów § 5 ust. 1 oraz łącznym spełnieniu następujących warunków:
 - 1) szyldy zlokalizowane powyżej obrębu parteru dopuszcza się wyłącznie w formie znaków bez tła (w tym neony) oraz kasetonów przedstawiających wyłącznie logo/logotyp podmiotu;
 - 2) szyldy muszą być usytuowane w jednej osi – pionowej lub poziomej – lub zlokalizowane w zwartej grupie tablic reklamowych, której granice wpisane są w wielokąt foremny lub elipsę;
 - 3) łączna powierzchnia ekspozycyjna szyldów zlokalizowanych powyżej obrębu parteru nie może przekraczać:
 - a) 5% powierzchni elewacji w strefach „A” i „D”;

- b) 10% powierzchni elewacji w strefie „B”;
 - c) w strefie „C”: i.25% powierzchni elewacji dla budynków zrealizowanych w obszarach rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m²; ii.10% powierzchni elewacji dla budynków innych niż określone w tirecie „i”.
- 4) wysokość szyldów równoległych o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej nie może przekraczać następujących wartości:
- a) w strefie „A” i „D”: i.0,7 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 10,5 m; ii.1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 10,5 m.
 - b) w strefie „B”: i.1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,00 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m; ii.1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12,0 m; iii.1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25,0 m; iv.1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 4 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m.
 - c) w strefie „C”: i.dla budynków zrealizowanych w obszarach rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m²: nie więcej niż 4,0 m; ii.w strefie „C” dla budynków innych niż określone w tirecie „i”: jak dla strefy „B” zgodnie z przepisami lit. „b”.
- 5) sytuowanie szyldów semaforowych powyżej obrębu parteru dopuszcza się przy łącznym spełnieniu następujących warunków:
- a) maksymalna wysokość szyldu semaforowego wynosi 3 m dla budynków do 15 m wysokości i 6 m dla pozostałych budynków, zaś maksymalny wysięg szyldów semaforowych od lica elewacji wynosi 0,8 m;
 - b) maksymalna ilość szyldów semaforowych powyżej obrębu parteru wynosi jeden na każde 30 mb długości elewacji;
 - c) szyldy semaforowe powyżej obrębu parteru są możliwe do sytuowania wyłącznie w przypadkach braku innych szyldów zlokalizowanych powyżej obrębu parteru
- 6) dopuszczalną ilość szyldów usytuowanych powyżej obrębu parteru ustala się jako:
- a) dla strefy „A” i „D” – jeden szyld na każde rozpoczęte 30 mb długości elewacji;
 - b) dla strefy „B” – dwa szyldy na każde rozpoczęte 30 mb długości elewacji;
 - c) dla strefy „C”: i. dla budynków zrealizowanych w obszarach rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m² – nie ustala się (dowolnie) przy uwzględnieniu przepisu ust. 5 pkt 3 lit. „c”; ii. dla budynków innych niż określone w tirecie „i” – 2 szyldy na każde rozpoczęte 30 mb długości elewacji
6. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na ogrodzeniach nie stanowiących wygradzeń ogródka gastronomicznego pod następującymi warunkami:
- 1) na nieruchomości nie jest usytuowany szyld w formie wolnostojącej;
 - 2) maksymalna szerokość szyldu wynosi 1,0 m;
 - 3) szyldy nakazuje się sytuować w maksymalnej odległości 4,0 m od zlokalizowanych w linii ogrodzenia wjazdów lub wejść;
 - 4) maksymalna powierzchnia pojedynczego szyldu wynosi 0,25 m²;
 - 5) każdy podmiot działający na nieruchomości posiada nie więcej niż jeden szyld usytuowany na ogrodzeniu
 - 6) w przypadku sytuowania więcej niż jednego szyldu należy je sytuować w kolumnie o orientacji pionowej, zgodnie z przepisem § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „b”;
7. Szyldy w formie pylonów dopuszcza się na następujących warunkach:
- 1) zakazuje się sytuowania pylonów przed obiektami wpisanymi do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków;
 - 2) zakazuje się sytuowania pylonów na nieruchomościach innych niż zabudowane budynkami użyteczności publicznej;

- 3) na jednej nieruchomości dopuszcza się lokalizację wyłącznie jednego pylonu pod warunkiem, że nie istnieje na niej inna wolnostojąca tablica reklamowa i urządzenie reklamowe.

§ 7. Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty następujących rodzajów szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych w zależności od ich typów:

1. W zakresie szyldów typu „kaseton”:

- 1) dopuszcza się sytuowanie w strefach „A” i „D” pod następującymi warunkami:

- a) zakazuje się sytuowania poza pasem reklamowym, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2 oraz za wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w § 6 ust. 5;
- b) maksymalna wysokość kasetonu: 0,5 m;
- c) maksymalna grubość kasetonu: 0,15 m;
- d) maksymalna powierzchnia kasetonu: 1,0 m²;

- 2) dopuszcza się sytuowanie w strefie „B” pod następującymi warunkami:

- a) zakazuje się sytuowania poza pasem reklamowym, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2 oraz za wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w § 6 ust. 5;
- b) maksymalna wysokość kasetonu: 0,7 m;
- c) maksymalna grubość kasetonu: 0,20 m;
- d) maksymalna powierzchnia kasetonu: 1,5 m²;

- 3) dopuszcza się sytuowanie w strefie „C” pod następującymi warunkami:

- a) maksymalna wysokość kasetonu: 1,5 m;
- b) maksymalna grubość kasetonu: 0,30 m;
- c) maksymalna powierzchnia kasetonu: 3,0 m²;

2. W zakresie szyldów „naklejanych” od zewnętrznej lub wewnętrznej strony na przeszkleniach:

- 1) dopuszcza się w strefach „A”, „B” i „D” pod następującymi warunkami:

- a) zakazuje się sytuowania poza obrębem parteru, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
- b) łączna powierzchnia nie przekracza 20% powierzchni przeszklenia;
- c) maksymalna powierzchnia w obrębie przeszklenia jednego otworu: 1,0 m²;

- 2) dopuszcza się w strefie „C” pod następującymi warunkami:

- a) zakazuje się sytuowania poza obrębem parteru, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
- b) łączna powierzchnia nie przekracza 30% powierzchni przeszklenia;
- c) maksymalna powierzchnia w obrębie przeszklenia jednego otworu: 3,0 m²;

3. W zakresie szyldów typu „znaki bez tła”:

- 1) dopuszcza się w strefach „A”, „B”, „C” i „D” pod następującymi warunkami:

- a) w strefie „A”, „B” i „D” zakazuje się sytuowania powyżej linii parteru, z zastrzeżeniem przepisów § 5 ust. 2 oraz za wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w § 6 ust. 5;
- b) maksymalna wysokość znaków wynosi:
 - i) przy wysokości sytuowania do 10,5 m: 0,7 m;
 - ii) przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m: nie więcej niż 1/8 wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;

4. W zakresie szyldów typu „pylon wizytówkowy”:

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego pylonu wizytówkowego na nieruchomości; maksymalna powierzchnia pojedynczego szyldu umieszczonego na pylonie wizytówkowym w strefach „A”, „B” i „D”: 0,5 m²;
- 2) dopuszcza się sytuowanie pylonów wizytówkowych w strefach „A”, „B”, „C” i „D” pod następującymi warunkami:
 - a) na zabytkach nieruchomości obowiązują gabaryty jak w strefie „A”;
 - b) maksymalna grubość pylonu wizytówkowego: 0,5 m;
 - c) maksymalna wysokość pylonu wizytówkowego:
 - w strefie „A”: 3,0 m;
 - w strefach „B” i „D”: 5,0 m;
 - w strefie „C”: 10,0 m;
 - d) maksymalna szerokość pylonu wizytówkowego:
 - w strefie „A”: 1,5 m;
 - w strefach „B” i „D”: 2,0 m;
 - w strefie „C”: 3,0 m;

5. W zakresie szyldów typu „pylon cenowy” i „pylon zbiorczy”:

- 1) dopuszcza się sytuowanie pylonów cenowych pod warunkami:
 - a) wyłącznie na nieruchomościach stacji paliw lub w pasach drogowych bezpośrednio przed nimi;
 - b) na jednej nieruchomości dopuszcza się maksymalnie dwa pylony cenowe;
 - c) maksymalne gabaryty: wysokość do 9,0 m włącznie, szerokość do 2,0 m, grubość do 0,50 m.
- 2) dopuszcza się sytuowanie pylonów zbiorczych pod warunkami:
 - a) wyłącznie na nieruchomościach zabudowanych budynkami użyteczności publicznej;
 - b) na jednej nieruchomości dopuszcza się wyłącznie jeden pylon zbiorczy, o ile na nieruchomości nie istnieje inna wolnostojąca tablica reklamowa i urządzenie reklamowe;
 - c) maksymalne gabaryty: wysokość do 3,5 m włącznie, szerokość do 1/3 wysokości, grubość do 0,50 m.

§ 8. Ustala się następującą liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości, przez każdy podmiot prowadzący na niej działalność:

1. Jeden szyld równoległy usytuowany w pasie reklamowym elewacji budynku dla każdego podmiotu;
2. Jeden szyld semaforowy na elewacji dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednie wejście z zewnątrz lub witrynę zlokalizowane w tej elewacji;
3. Jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku lub otworze bramnym dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz lub zlokalizowany jest w oficynie;
4. Jeden szyld wizytówkowy albo równoległy na nieażurowych fragmentach ogrodzenia lub na pylonie sytuowanym w granicach nieruchomości (odpowiednio wizytówkowym lub zbiorczym);
5. Jeden szyld naklejany od zewnętrznej lub wewnętrznej strony na przeszkleniach na każdym otworze okiennym i drzwiowym.
6. Jeden szyld zmienny przy każdym wjeździe do parkingu;
7. Jeden poziomy lub jeden pionowy szyld główny w formie znaków bez tła, spełniający jeden z poniższych warunków:
 - a) zamiast szyldu równoległego — dla budynku usługowego posiadającego jedną kondygnację,

b) jako dodatkowy szyld — dla budynku usługowego, posiadającego więcej niż jedną kondygnację naziemną.

8. W przypadkach, kiedy lokal użytkowy posiada bezpośrednie wejście z zewnątrz lub witrynę na większej ilości elewacji niż jedna, przepisy dotyczące liczby szyldów stosuje się dla każdej z ww. elewacji odrębnie, przy czym za odrębną elewację uznaje się także narożne ścięcie bryły budynku.

9. Poza liczbą szyldów dopuszczoną w ust. 1÷8 dopuszcza się wyłącznie jeden szyld w formie pylonu lub totemu na jednej nieruchomości, niezależnie od ilości działających w jej granicach podmiotów;

10. Łączna liczba szyldów umieszczanych na terenie nieruchomości przez jeden podmiot nie może przekraczać 10, z uwzględnieniem dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez przepisy niniejszej uchwały.

Rozdział 4.

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe sytuowane na obiektach budowlanych(z wyłączeniem szyldów)

§ 9. Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na budynkach:

1. Nakazuje się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko na elewacji budynku, nie wychodzących poza obrys budynku.

2. Zakazuje się w strefie „A” i strefie „D” sytuowania na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami, z uwzględnieniem przepisów § 5;

3. Dopuszcza się reklamę o obrocie nieruchomością pod następującymi warunkami:

- dopuszcza się sytuowanie reklam w otworze okiennym lub drzwiowym lub na przeszkleniu ściany osłonowej nieruchomości, której dotyczy, w sposób nie przesłaniający istniejących podziałów stolarki;
- dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednej reklamy na nieruchomości, której dotyczy;
- dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie monochromatycznej tablicy reklamowej;
- dopuszczalna powierzchnia reklamy wynosi nie więcej niż format A2;

4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach mieszkalnych, z uwzględnieniem przepisów ust. 5.

5. W strefie „B” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami pod następującymi warunkami:

- 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacjach budynków mieszkalnych i usługowo - mieszkalnych, za wyjątkiem ścian szczytowych na warunkach określonych w pkt. 2;
- 2) zakazuje się sytuowania na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami powyżej linii parteru, za wyjątkiem:
 - a) elewacji szczytowych bez okien, elewacjach o łącznej powierzchni okien nie przekraczających 5% powierzchni całkowitej elewacji lub wyłącznie z oknami klatek schodowych, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym drogi publicznej pod następującymi warunkami:
 - i) poniżej linii parteru danej elewacji brak jest jakichkolwiek nośników reklamowych;
 - ii) dopuszcza się sytuowanie na jednej elewacji powyżej linii parteru maksymalnie dwóch tablic reklamowych i urządzeń reklamowych formatu średniego lub maksymalnie dwóch tablic reklamowych i urządzeń reklamowych formatu dużego lub wyłącznie jednej tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego formatu wielkiego;
 - iii) w przypadku sytuowania na jednej elewacji więcej niż jednego nośnika nakazuje się zastosowanie nośników o identycznym formacie, w jednakowym dla wszystkich równoległym układzie pionowym (kolumnie) lub poziomym (rzędzie), z odpowiednimi krawędziami nośników usytuowanymi wzdłuż jednej linii;

- iv) zakazuje się sytuowania dolnej krawędzi reklamy na wysokości mniejszej niż 3,0 m nad poziomem terenu;
 - b) elewacji budynków o wysokości powyżej 15 m, gdzie dopuszcza się sytuowanie reklamy ponad górną krawędzią elewacji (na dachu) pod następującymi warunkami:
 - i) na jednym budynku dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego nośnika;
 - ii) dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe w formie kasetonów lub znaków bez tła, zawierające wyłącznie logo, logotyp lub nazwę własną reklamowanego podmiotu;
 - iii) dopuszczalna powierzchnia ekspozycyjna kasetonu: maksymalnie 3,0 m²;
 - iv) dopuszczalna powierzchnia ekspozycyjna znaków bez tła: nie reguluje się;
 - v) maksymalna wysokość tablicy reklamowej wynosi: nie więcej niż 1/8 wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;
 - 3) na budynkach innych niż mieszkalne w obrębie parteru dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko, w witrynie prowadzonej działalności, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia, pod warunkiem, że maksymalna powierzchnia nośnika wynosi 1,0 m² i jednocześnie nie więcej niż 20% powierzchni przeszklenia witryny;
 - 4) na budynkach innych niż mieszkalne dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji w obrębie parteru pod warunkiem, że łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji w obrębie parteru (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 30%;
 - 5) nakazuje się rozmieszczenie tablic i urządzeń reklamowych (innych niż sytuowane na przeszkleniach) w obrębie jednej elewacji wyłącznie w jeden z określonych w lit. „a” i „b” sposobów:
 - a) w obszarze jednego poziomego pasa wyłącznie w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg, na wysokości nie mniejszej niż 2,0 m nad poziomem terenu, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „a”;
 - b) umieszczonych w obszarze maksymalnie dwóch pionowych pasów flankujących z jednej lub obu stron główne wejście do budynku lub wjazd do podwórka, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „b”;
 - 6) powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego nośnika nie może przekroczyć 3,0 m²;
6. W strefie „C” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na elewacjach budynków pod następującymi warunkami:
- 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na przeszkleniach powyżej linii parteru;
 - 2) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacjach budynków mieszkalnych, za wyjątkiem ścian szczytowych na warunkach określonych w ust. 5 pkt. 2;
 - 3) łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 40% powierzchni tej elewacji, do której zalicza się powierzchnię drzwi i bram oraz okien i witryn;
 - 4) nakazuje się rozmieszczenie tablic i urządzeń reklamowych (innych niż sytuowane na przeszkleniach) w obrębie jednej elewacji wyłącznie w jeden z określonych w lit. „a” i „b” sposobów:
 - a) w obszarze jednego poziomego pasa wyłącznie w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „a”;
 - b) obszarze maksymalnie dwóch pionowych pasów tworzących spójne estetycznie ciągi, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „b”, przy czym minimalna odległość pomiędzy pionowymi pasami w obrębie jednej elewacji wynosi 30,0 m;
 - 5) powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego nośnika nie może przekroczyć:
 - a) w obrębie parteru: 12,0 m²;
 - b) powyżej poziomu parteru: 18,0 m²;

c) dopuszcza się nośniki formatu wielkiego, pod warunkiem, że jest to jedyny nośnik usytuowany na danej elewacji.

7. W strefie „D” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami pod następującymi warunkami:

- 1) zakazuje się sytuowania na budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie związanych z działalnością podmiotów gospodarczych prowadzoną w danym budynku;
- 2) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach mieszkalnych;
- 3) na budynkach innych niż mieszkalne w obrębie parteru dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko, w witrynie prowadzonej działalności, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia, pod warunkiem, że maksymalna powierzchnia nośnika wynosi 1,0 m² i jednocześnie nie więcej niż 20% powierzchni przeszklenia witryny;
- 4) poza tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi umieszczonymi w witrynie prowadzonej działalności dopuszcza się jedną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o powierzchni nieprzekraczającej 1,5 m², umieszczoną płasko na elewacji budynku, na której znajduje się główne zewnętrzne wejście do lokalu w którym prowadzona jest działalność;
- 5) łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji w obrębie parteru (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 20% powierzchni tej elewacji (liczonej w obrębie parteru), do której zalicza się powierzchnię drzwi i bram oraz okien i witryn;

§ 10. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach:

1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach w strefie „A”, „B” i „D”, z uwzględnieniem przepisów § 5 ust. 5 pkt. 2÷7 i pkt 11.

2. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach w strefie „C” pod następującymi warunkami:

- 1) nakazuje się w obrębie jednej nieruchomości ujednolicenie nośników reklamowych pod względem wszystkich gabarytów, materiałów i sposobu oraz wysokości ich zamocowania;
- 2) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie nośników formatu małego i średniego;
- 3) nakazuje się usytuowanie nośników w jednym poziomym szeregu, w jednakowych wzajemnych odległościach dla wszystkich nośników;
- 4) ustala się następujące minimalne odległości nośników:
 - a) dla nośnika formatu małego: 10,0 m;
 - b) dla nośnika formatu średniego: 20,0 m;

Rozdział 5.

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wolnostojące nie będące szyldami

§ 11. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących (z wyłączeniem szyldów) trwale związanych z gruntem, przy uwzględnieniu przepisów Rozdziału II:

1. Zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na nieruchomościach, na których znajdują się budynki wpisane do rejestru zabytków i ujęte w ewidencji zabytków.

2. Odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi sytuowanymi przy drodze nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi.

3. W strefie „A” i „D” zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z uwzględnieniem przepisów ust. 4 oraz § 5 ust. 5 pkt 3, 4, 5, 12 oraz ust. 4;

4. Za wyjątkiem strefy „A”, dopuszcza się sytuowanie:

- 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych typu R1 pod warunkiem zachowania odległości minimum 35 m od słupów ogłoszeniowo-reklamowych i innych nośników typu R1;
- 2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie pylonu cenowego pod następującymi warunkami:
 - a) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch pylonów cenowych na nieruchomości stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością;
 - b) maksymalna wysokość pylonu cenowego: 9,0 m;
 - c) maksymalna szerokość pylonu cenowego: 2,0 m;
 - d) maksymalna grubość pylonu cenowego: 0,5 m;
- 3) tablic dojazdowych (w tym lokalizowanych w pasach drogowych na słupach oświetleniowych) pod warunkiem zachowania minimalnej odległości 20 m od innych takich tablic reklamowych po tej samej stronie jezdni;

5. Za wyjątkiem stacji paliw, w strefie „B” zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie masztów flagowych i pneumatycznych urządzeń reklamowych – z uwzględnieniem przepisów § 5 ust. 5 pkt 3;

6. W strefie „C” dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w formie masztów flagowych pod następującymi warunkami:

- a) maksymalna wysokość masztu: 14,0 m;
- b) maksymalna powierzchnia flagi: 7,5 m²;
- c) maksymalna ilość masztów:
 - dla nieruchomości o powierzchni mniejszej lub równej 0,5 ha: 6 sztuk w granicach jednej nieruchomości;
 - dla nieruchomości o powierzchni większej niż 0,5 ha dodatkowo 3 sztuki na każde rozpoczęte kolejne 0,5 ha terenu;

7. W strefach „B” i „C” dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w formie totemów pod następującymi warunkami:

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego totemu na nieruchomości o powierzchni do 1,0 ha włącznie; na nieruchomościach o powierzchni ponad 1,0 ha dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednego totemu z nakazem ich ujednolicenia pod względem formy, gabarytów i usytuowania we wzajemnej odległości minimum 150 m;
- 2) maksymalna wysokość totemu:
 - a) w strefie „B”: 9,0 m;
 - b) w strefie „C”: 15,0 m;

8. Za wyjątkiem strefy „A”, dopuszcza się (w tym w pasach drogowych, także na słupach oświetleniowych) sytuowanie tablic dojazdowych pod warunkiem zachowania minimalnej wzajemnej odległości 20 m między tymi tablicami.

§ 12. Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami w formie nośników reklamowych typu R1, R2, R3, R4 w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych:

1. Zakazuje się – za wyjątkiem sytuacji ujętych w przepisach Rozdziału II i w § 11 – sytuowania w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych wolnostojących nośników nie będących sztyldami innych niż określone w uchwale nośniki reklamowe typu R1, R2, R3 i R4.

2. Sytuowanie nośników reklamowych typu R1, R2, R3 i R4 dopuszcza się wyłącznie:

- 1) wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej (w granicach pasów drogowych i poza nimi) w maksymalnej odległości 100,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni;
- 2) wzdłuż pozostałych rodzajów dróg, innych niż klasy technicznej ekspresowej (w granicach pasów drogowych i poza nimi), w maksymalnej odległości 50,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni.

3. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych typu R1, R2, R3 i R4 w zależności rodzaju drogi:

- 1) wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej: wyłącznie nośniki typu R3 i R4 w maksymalnej odległości 100,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla dróg klasy ekspresowej oraz 50,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg;
- 2) wzdłuż klasy technicznej zbiorczej, głównej, głównej ruchu przyspieszonego lub kategorii powiatowej, wojewódzkiej i krajowej (za wyjątkiem dróg ekspresowych): wyłącznie nośniki typu R1, R2 i R3;
- 3) wzdłuż dróg klasy technicznej lokalnej i dojazdowej (za wyjątkiem dróg kategorii powiatowej): wyłącznie nośniki typu R1 i R2;

4. Wokół wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyznacza się następujące strefy zakazu sytuowania innych wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami, po tej samej stronie jezdni:

- 1) od słupa ogłoszeniowo-reklamowego i nośnika reklamowego typu R1: o promieniu 35 m;
- 2) od nośnika reklamowego typu R2, w stosunku do innych nośników reklamowych typu R2 lub R3, o promieniu:
 - a) 70 m wzdłuż dróg wewnętrznych, klasy technicznej dojazdowej i lokalnej;
 - b) 100 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej;
- 3) od nośnika reklamowego typu R3, w stosunku do innych nośników reklamowych typu R2 lub typu R3;
 - a) 100 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej;
 - b) 200 m wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej, głównej, głównej ruchu przyspieszonego oraz kategorii wojewódzkiej lub krajowej;
- 4) od nośnika reklamowego typu R4: o promieniu 500 m w stosunku do innych nośników reklamowych typu R3 lub R4;

5. Wolnostojące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe nie mogą znajdować się od innych elementów przestrzeni w odległości mniejszej niż:

- 1) od elewacji budynków posiadających otwory okienne:
 - a) dla nośnika reklamowego typu R4: 30 m;
 - b) dla nośnika reklamowego typu R3: 10 m;
 - c) dla nośnika reklamowego typu R2: 5 m;
 - d) dla pozostałych typów: 2 m;
- 2) od wiat przystankowych: 10 m;
- 3) od pomników i miejsc pamięci:
 - a) dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego i nośnika reklamowego typu R1: 30 m;
 - b) dla typów R2, R3 i R4: 50 m;

6. Nakazuje się stosowanie konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje:

- a) o długotrwałej odporności na proces starzenia;
- b) odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania drobnych czynników mechanicznych i czynników atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników;
- c) wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie;

7. Nakazuje się stosowanie elementów konstrukcyjnych o barwie achromatycznej wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej.

Rozdział 6.

Obiekty małej architektury

§ 13. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:

1. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury pod warunkiem zachowania ciągłości przejść pieszych, rowerowych, w sposób zapewniający bezpieczeństwo ich użytkowania oraz brak ograniczeń dla osób niepełnosprawnych.

2. Nakazuje się dostosowanie skali i formy obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego oraz do charakteru wnętrz urbanistycznych i krajobrazowych.

3. Nakazuje się komponowanie w lokalnej przestrzeni obiektów małej architektury w jednolitej stylistyce z nawierzchnią i oświetleniem.

4. Zakazuje się sytuowania obiektów małej architektury z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych, emitujących dźwięk, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu, w szczególności: błyskowe lub pulsujące.

5. Zakazuje się sytuowania obiektów małej architektury na drogach pożarowych lub dojazdach do dróg pożarowych oraz uniemożliwiających dostęp do urządzeń przeciwpożarowych, zgodnie z przepisami odrębnymi.

6. Nakazuje się stosowanie następujących materiałów o długotrwałej odporności na proces starzenia:

- a) dla widocznych części metalowych: stal nierdzewna, malowana lub kortenowska, aluminium anodowane lub malowane, żeliwo malowane;
- b) kamień naturalny;
- c) beton z kruszywem kamiennym płukany o frakcji 2-5 mm, beton kompozytowy lub polimerowy gładki;
- d) drewno o twardości nie mniejszej niż 40 MPa o zwartym usłojeniu;
- e) szkło klejone lub hartowane;
- f) w przypadku malowania powierzchni metalowych należy farby organiczne proszkowe drobnostrukturalne o nawierzchni matowej;

7. Ustala się gabaryty oraz kolorystykę obiektów małej architektury jako dowolne, z uwzględnieniem przepisów ust. 1÷5.

Rozdział 7.

Ogrodzenia

§ 14. Uchwala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

1. Zakazuje się stosowania ogrodzeń z prefabrykowanych betonowych przęseł od strony przestrzeni publicznych, na drogach pożarowych oraz uniemożliwiających dostęp do urządzeń przeciwpożarowych, zgodnie z przepisami odrębnymi.

2. Zakazuje się grodzenia nieruchomości na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne zawierające w jednym budynku więcej niż 5 lokali mieszkalnych – dopuszcza się wyłącznie ogrodzenie w formie zwartego żywopłotu o wysokości do 0,8 m z zastosowaniem minimum jednego przejścia o szerokości minimum 1,2 m na każde 100 m długości granicy nieruchomości.

3. Dla zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej zawierającej w jednym budynku nie więcej niż 5 lokali mieszkalnych dopuszcza się ogrodzenia pełne o maksymalnej wysokości 1,5 m lub ogrodzenia ażurowe do wysokości 2,2 m;

4. Ustala się następujące maksymalne wysokości ogrodzeń dla pozostałych obiektów i funkcji, z uwzględnieniem przepisów ust. 2, 3 i 6:

- a) 1,1 m wokół placów zabaw, ogródków jordanowskich;
- b) 0,8 m wokół ogródków gastronomicznych;
- c) 1,8 m wokół zieleńców, parków;
- d) 5 m wokół obiektów i terenów sportowych, terenów rekreacyjnych;
- e) 2,2 m wokół innych nieruchomości, nie wymienionych w ust. 2, 3 i 6 oraz lit. „a”÷”d”;

5. W strefie „C” dopuszcza się ogrodzenia o szczególnej formie i wymiarach, związanych funkcjonalnie z obiektami sportowymi, przy których są usytuowane, w szczególności w formie tzw. piłkołapów i piłkochwytywów zlokalizowanych bezpośrednio przy boiskach i kortach tenisowych;

6. Przepisów niniejszej uchwały nie stosuje się w odniesieniu do ogrodzeń, które regulowane są przepisami odrębnymi, w szczególności do ogrodzeń zabytkowych i innych.

Rozdział 8.

Przepisy przejściowe i końcowe

§ 15. 1. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe (w tym szyldy) należy dostosować do zasad i warunków określonych w uchwale w ciągu 36 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z uwzględnieniem ust. 5 pkt 9.

2. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały obiekty małej architektury i ogrodzenia nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

3. Każda tablica reklamowa i urządzenia reklamowe, która - rozpatrywana odrębnie, jako pojedynczy nośnik - nie spełnia zasad i warunków określonych w uchwale, winna być usunięta i ewentualnie zastąpiona nową, spełniającą ww. warunki.

4. Dostosowanie może nastąpić poprzez dokonanie zmiany formy tablicy reklamowej albo urządzenia reklamowego zgodnie z wymaganymi uchwałą parametrami poprzez przycięcie, zmniejszenie, zdjęcie części tablicy reklamowej albo urządzenia reklamowego, wymianę materiału z którego tablica reklamowa albo urządzenie reklamowe jest wykonane, przemalowanie, zmianę koloru i/lub natężenia światła, przesunięciu/przeniesieniu tablicy reklamowej albo urządzenia reklamowego w miejsce zgodne z postanowieniami uchwały, demontaż tablicy reklamowej albo urządzenia reklamowego połączony z wymianą na nową tablicę reklamową albo urządzenie reklamowe, spełniające wymogi określone w uchwale, albo ich usunięcie.

5. W przypadkach, gdy wolnostojące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe rozpatrywane odrębnie, jako pojedyncze nośniki, spełniają indywidualnie zasady i warunki określone w uchwale, a nie spełniają ich rozpatrywane łącznie, we wzajemnych relacjach, to usunięcie poszczególnych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych należy prowadzić według poniższych zasad, w ich kolejności:

- 1) pozostawia się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe usytuowane z dokonaniem zgłoszenia robót budowlanych nie wymagających pozwolenia na budowę lub na podstawie wymaganej decyzji pozwolenia na budowę;
- 2) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe stanowiące element wiaty przystankowej lub będące elementem Kieleckiego Informatora Społecznego;
- 3) pozostawia się szyldy przed pozostałymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi;
- 4) jeżeli wolnostojące szyldy usytuowane są niezgodnie z postanowieniami § 8 pkt 10, ale spełniają pozostałe postanowienia uchwały, to obowiązek dostosowania oznacza konieczność usunięcia szyldów o najmniejszej powierzchni ekspozycyjnej, aż do uzyskania ich ilości zgodnej z postanowieniami § 8 pkt 10;
- 5) w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o mniejszej powierzchni ekspozycji reklamy;
- 6) pozostawia się tablice reklamową lub urządzenie reklamowe o mniejszych pozostałych gabarytach obiektu zgodnie z kolejnością: wysokość, długość, szerokość, wysokość ekspozycji reklamy od poziomu terenu;
- 7) pozostawia się tablicę reklamową przed urządzeniem reklamowym;

- 8) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe usytuowane poza granicami pasa drogowego drogi publicznej;
- 9) w przypadku, gdy niezgodność z postanowieniami uchwały wynika z pojawienia się w przestrzeni, po wejściu w życie uchwały, nowego elementu wymienionego w § 12 ust. 2÷5 w mniejszej odległości niż dopuszczalna, obowiązek dostosowania występuje 1 rok po oddaniu do użytkowania nowego elementu;
- 10) o ile działania określone w pkt 1÷9 nie skutkują zgodnością z przepisami uchwały zbioru pozostałych nośników, należy usunąć wszystkie ww. nośniki i zlokalizować nowe, w sposób spełniający wszystkie zasady i warunki określone w uchwale,

6. W przypadkach, gdy usytuowane na obiektach budowlanych tablice reklamowe i urządzenia reklamowe rozpatrywane odrębnie, jako pojedyncze nośniki, spełniają indywidualnie zasady i warunki określone w uchwale, a nie spełniają ich rozpatrywane łącznie, we wzajemnych relacjach, to usunięcie poszczególnych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych należy prowadzić według poniższych zasad, w ich kolejności:

- 1) pozostawia się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe usytuowane z dokonaniem zgłoszenia robót budowlanych nie wymagających pozwolenia na budowę lub na podstawie wymaganej decyzji pozwolenia na budowę;
- 2) pozostawia się szyldy przed pozostałymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi;
- 3) jeżeli szyldy usytuowane są niezgodnie z postanowieniami § 8 pkt 10, ale spełniają pozostałe postanowienia uchwały, to obowiązek dostosowania oznacza konieczność usunięcia szyldów o najmniejszej powierzchni ekspozycyjnej, aż do uzyskania ich ilości zgodnej z postanowieniami § 8 pkt 10;
- 4) jeżeli tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wskazane w § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „a” nie są usytuowane w pasie wzdłuż osi o orientacji poziomej na jednolitej wysokości i nie cechują się jednolitą wysokością, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy nośników o jednolitej wysokości i sytuowanych na jednolitej wysokości, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości;
- 5) jeżeli tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wskazane w § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „b” nie są usytuowane w kolumnie wzdłuż osi o orientacji pionowej z krawędziami pionowymi wzdłuż jednej linii i nie cechują się jednolitą szerokością, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy nośników o jednolitej szerokości i krawędziach sytuowanych wzdłuż jednej linii, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych usytuowanych w pionowej kolumnie;
- 6) jeżeli tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wskazane w § 6 ust. 4 pkt 2 nie posiadają jednolitego formatu, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy szyldów o jednolitym formacie po obu stronach danego wejścia do budynku lub bramy, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy po obu stronach danego wejścia do budynku lub bramy;
- 7) o ile działania określone w pkt 1÷6 nie skutkują zgodnością z przepisami uchwały zbioru pozostałych nośników, należy usunąć wszystkie ww. nośniki i zlokalizować nowe, w sposób spełniający wszystkie zasady i warunki określone w uchwale,

7. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy niezwłocznie doprowadzić teren lub obiekt do stanu zapewniającego należyty stan estetyczny i techniczny.

§ 16. Kary za nieprzestrzeganie przepisów niniejszej uchwały uregulowane są w przepisach odrębnych.

§ 17. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Kielce.

§ 18. Uchwała wchodzi w życie po upływie czternastu dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Świętokrzyskiego.

Przewodniczący Rady Miasta
Kielce

Jarosław Karyś

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr LX/1188/2022

Rady Miasta Kielce

z dnia 21 kwietnia 2022 r.

Załącznik nr 1

Opis granic w postaci wykazów współrzędnych punktów załamania granic poszczególnych terenów o różnicowanych zasadach sytuowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklam, wykonany w układzie współrzędnych PUVG_2000_Strefa_7

Opis przebiegu granic strefy "A" – teren centralny miasta oraz główne obszary ochrony dziedzictwa kulturowego

Granice strefy "A" obejmuje swoim zasięgiem Miasto Kielce w granicach administracyjnych z wyłączeniem stref "B", "C" i "D", wyznaczone następującymi wierzchołkami punktów [yE xN] w układzie współrzędnych płaskich prostokątnych: PL2000/7:

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8" ?>
<ogr:FeatureCollection
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://ogr.maptools.org/ 1tereny centralny i ochrony.xsd"
  xmlns:ogr="http://ogr.maptools.org/"
  xmlns:gml="http://www.opengis.net/gml">
  <gml:boundedBy>
    <gml:Box>
      <gml:coord><gml:X>7468121.796920463</gml:X><gml:Y>5634670.49229991</gml:Y></gml:coord>
      <gml:coord><gml:X>7474837.910000001</gml:X><gml:Y>5638403.920007223</gml:Y></gml:coord>
    </gml:Box>
  </gml:boundedBy>

  <gml:featureMember>
    <ogr:1tereny_centralny_i_ochrony fid="1tereny_centralny_i_ochrony.0">
      <ogr:geometryProperty><gml:MultiPolygon srsName="EPSG:2178"><gml:polygonMember><gml:Polygon><gml:outerBoundaryIs><gml:LinearRing><gml:coordinates>7473860.67,5638204.3 7473857.83,5638189.46
7473855.163090003,5638174.43375354 7473855.15,5638174.36 7473851.35,5638157.12 7473847.6,5638140.01000001 7473859.34972518,5638139.3484135 7473849.29,5638092.95 7473837.92,5638095.89000001
7473837.89055398,5638095.78283214 7473837.81539611,5638095.50929739 7473836.63051254,5638091.19695075 7473832.65,5638076.71000001 7473829.73164456,5638066.10957558 7473835.46,5638054.55
7473831.58,5638014.51 7473831.61460331,5638014.48901169 7473819.3,5637993.31000001 7473822.52,5637991.01000001 7473817.53581523,5637984.37366054 7473810.74595413,5637975.06082918
7473807.41587225,5637970.30436251 7473804.9,5637966.94 7473796.4,5637955.59 7473790.73,5637941.9 7473794.57,5637941.3 7473790.85,5637928.72000001 7473788.7833073,5637917.55999999
7473783.7733073,5637909.17 7473781.73093874,5637910.35623181 7473775.80330759,5637913.80999988 7473769.2933073,5637898.17 7473745.4233073,5637910.14000001 7473741.14293236,5637896.85137288
7473740.90477745,5637896.10082854 7473738.01033972,5637887.05412083 7473733.62081691,5637873.33445102 7473729.8933073,5637861.75000001 7473761.8333073,5637845.28
7473740.5373073,5637826.73000001 7473737.54154938,5637824.07779308 7473735.27704602,5637822.10130093 7473732.85204821,5637819.98472685 7473736.2512975,5637817.77781984
7473736.62020548,5637817.53831237 7473738.26164714,5637816.47263321 7473764.70660724,5637809.4504599 7473765.27065369,5637809.30045688 7473767.4533073,5637808.72
7473769.26979271,5637808.35663687 7473775.08455477,5637807.25784474 7473777.157231,5637806.86617903 7473788.12679303,5637804.79326548 7473804.63770949,5637801.67320459
7473818.57826558,5637799.04109277 7473827.72333875,5637797.94395982 7473827.88121505,5637797.92510563 7473828.19212054,5637797.88787658 7473828.47010528,5637801.87284956
7473820.94750247,5637807.92142557 7473824.20962742,5637825.63786515 7473839.40557262,5637859.68548996 7473841.98268353,5637858.47691322 7473842.29951596,5637858.33551664
7473842.33895294,5637858.51615665 7473842.44216912,5637858.98893559 7473851.91997719,5637902.73739,5637943.81919648 7473877.43879572,5637970.41339472
7473877.39330763,5637970.43000057 7473870.18985632,5637973.16614714 7473876.88092349,5637989.62875582 7473884.19163224,5638002.81964358 7473887.06028005,5638007.76836512
7473893.33509911,5638016.7841424 7473893.30304329,5638016.80999975 7473899.10304292,5638025.11000127 7473908.69304299,5638043.25000097 7473911.65304253,5638050.69000028
7473916.07304352,5638061.80000059 7473923.10304291,5638085.87000043 7473927.00434257,5638099.21342004 7473930.31304245,5638110.53000036 7473934.69304299,5638122.41000088
7473954.57948646,5638158.64871068 7473964.05610574,5638176.03116395 7473964.02304272,5638176.04 7473967.7794972,5638182.90179019 7473972.9605859,5638192.36591222
7473973.77304272,5638193.5638201,7473971.82304272,5638201.40000001 7473974.08304272,5638208.67 7473986.15304253,5638247.44000028 7473994.31304245,5638273.67000005
7474004.3077726,5638293.84014473 7474021.91304272,5638329.32 7474023.12304272,5638338.16000001 7474025.08304272,5638348.07 7474022.97332774,5638347.54504851 7474030.68199463,5638365.54883636
7474092.76304272,5638360.18 7474096.33272599,5638373.61755637 7474108.09304272,5638372.83 7474125.94304272,5638373.29 7474129.02304272,5638373.55000002 7474139.88304272,5638373.83
7474152.53304272,5638374.14 7474158.8696061,5638374.01723833 7474165.12304272,5638373.76000001 7474181.20304272,5638374.3 7474204.09304272,5638375.05 7474212.93193376,5638371.20296654
7474220.28304272,5638368.05 7474227.39304272,5638366.41 7474234.94058709,5638364.65151937 7474236.77288038,5638364.24783543 7474250.31314128,5638361.26582123
7474250.71304272,5638361.18000001 7474267.81304272,5638355.76000001 7474268.98304272,5638355.39 7474284.74304272,5638349.53 7474287.40304272,5638348.55000001 7474301.53304272,5638342.2
7474305.39333766,5638340.465255 7474313.64304272,5638336.45 7474338.50304272,5638324.3 7474344.66304272,5638321.30000001 7474357.15304272,5638312.8 7474385.1618352,5638298.69677245
7474398.75304272,5638292.01 7474401.03304272,5638288.12 7474406.37459677,5638285.4153756 7474428.10304272,5638271.00000001 7474449.01304272,5638261.67 7474450.24304272,5638262.26000001
7474469.18304272,5638251.82 7474489.34304272,5638240.79000001 7474500.10304272,5638234.99000002 7474529.42304272,5638218.87 7474547.24480898,5638209.08252577
7474551.93495281,5638206.50253452 7474558.57312054,5638202.85095895 7474583.18304272,5638189.41000001 7474611.76304272,5638173.81000001 7474635.41304272,5638160.89000001
7474645.67304272,5638155.29000001 7474654.45304272,5638150.45000001 7474655.61304272,5638149.81000001 7474662.24304271,5638146.18000001 7474663.10286871,5638145.70700205
7474665.35959942,5638144.46555463 7474672.97162234,5638140.27811253 7474680.60304271,5638136.08000001 7474709.00304271,5638120.45 7474711.63607915,5638119.00134058
7474734.5838832,5638106.3251021 7474737.14304272,5638104.98000001 7474740.47304272,5638103.16 7474746.15956475,5638100.0469126 7474770.12304272,5638086.93 7474783.66304272,5638079.52
7474783.3304272,5638075.86 7474793.35304272,5638074.21 7474801.96304272,5638069.50000001 7474821.62521101,5638058.75613636 7474827.40304272,5638055.59000001 7474829.1598294,5638054.62682876
7474834.86304272,5638051.50000001 7474837.1966381,5638050.22223597 7474837.91,5638049.83000001 7474814.97304272,5638016.11 7474812.48304272,5638012.46 7474777.9304272,5637961.75
7474730.28304272,5637891.63000001 7474706.64526598,5637854.55465023 7474705.84304271,5637853.35 7474679.35304272,5637813.37000001 7474664.02304272,5637790.4 7474658.26304272,5637780.74
7474659.93304272,5637779.74 7474645.81304272,5637760.80000001 7474640.87304271,5637753.96000001 7474634.00304272,5637744.43000001 7474629.29897195,5637737.97535226
7474583.06304272,5637675.52000001 7474575.51965519,5637665.10837088 7474551.93304272,5637633.21 7474544.18304272,5637622.71 7474543.07304272,5637623.48 7474540.12304272,5637619.45
7474538.66304272,5637617.46 7474533.58242579,5637610.49320404 7474530.61938855,5637606.4346779 7474528.47127347,5637603.71076701 7474527.09304272,5637601.86 7474526.63733012,5637601.2521862
7474515.90304272,5637586.93 7474493.45304272,5637554.09000001 7474475.60304271,5637529.68 7474473.81304271,5637527.72000001 7474465.77428517,5637516.90590414 7474458.28304272,5637506.45
7474457.83304272,5637505.51 7474452.03304271,5637498.76000001 7474441.25304272,5637484.00000001 7474460.38304272,5637483.08 7474462.35304272,5637484.4 7474484.89304272,5637483.50000001
7474495.41304272,5637480.64 7474520.96304272,5637469.69000002 7474522.42304272,5637469.08000001 7474545.32304271,5637459.27 7474559.52304271,5637453.54 7474575.16304272,5637447.23
7474586.04304271,5637442.83000001 7474589.51304272,5637440.65 7474615.01304272,5637430.43 7474619.65304272,5637428.58 7474629.62595202,5637424.59900023 7474636.24304271,5637421.96
7474636.58304272,5637421.82000002 7474646.96304271,5637417.66 7474667.55304272,5637407.3 7474680.23304272,5637401.99 7474684.92007059,5637400.06646827 7474684.80304272,5637397.09
7474690.9304272,5637386.58000001 7474691.75304272,5637384.84 7474693.26304272,5637379.79 7474804.44283429,5636967.05841156 7474806.85304272,5636957.09 7474806.12304272,5636954.69000001
7474709.55304272,5637318.95 7474713.73304272,5637303.30000001 7474718.43304272,5637285.86 7474729.38304271,5637245.08000001 7474732.61304272,5637233.03000001 7474742.76304272,5637195.22
7474745.52304272,5637184.94 7474747.58304272,5637177.27 7474751.40163482,5637163.06242486 7474757.71304272,5637139.58000001 7474764.79304272,5637113.21000001
7474780.32810139,5637055.35013795 7474782.63304272,5637046.77 7474787.04304272,5637030.11 7474788.96304272,5637022.83000001 7474791.58215517,5637013.32579648
7474792.67304272,5637009.39000001 74747803.40304272,5636970.79 7474804.44283429,5636967.05841156 7474806.85304272,5636957.09 7474806.12304272,5636954.69000001
7474806.42304272,5636954.69000001 7474808.80304272,5636953.72000001 7474792.91304272,5636907.53 7474789.57304272,5636875.7 7474779.98304272,5636848.06 7474779.75671747,5636847.41074754
7474778.52304272,5636843.87000001 7474774.70645916,5636845.58356813 7474774.60304272,5636845.63000001 7474764.07304272,5636816.28 7474757.65304272,5636798.41
7474754.44022345,5636789.45822887 7474738.28304272,5636744.44 7474738.24022581,5636744.45422933 7474711.71304272,5636753.27 7474626.74206004,5636781.51915904 7474624.27304272,5636782.34
7474594.54304272,5636792.21000001 7474588.69304272,5636794.16 7474576.92304272,5636794.61 7474552.4422152,5636802.56839514 7474551.45839541,5636797.03539775 7474551.31304271,5636796.13000001
7474538.96897194,5636761.85535225 7474536.40897194,5636754.99535223 7474533.22437753,5636745.13877703 7474532.28807114,5636742.49278802 7474518.50304272,5636746.53000001
7474516.74897195,5636740.38535223 7474536.46304272,5636707.45 7474508.00557889,5636706.96500058 7474513.87029485,5636705.50714378 7474518.98914728,5636704.20970106
7474508.07823801,5636666.72099203 7474496.06304272,5636640.27 7474505.85304272,5636635.96000001 7474457.61304272,5636610.74000001 7474574.00304272,5636602.75
7474591.75604207,5636594.10714603 7474463.46304272,5636525.68000001 7474648.54304272,5636562.37000001 7474653.38304272,5636549.41000001 7474658.78304272,5636534.93000001
7474657.89432441,5636529.41879235 7474657.24304272,5636525.38 7474654.07304272,5636505.62000001 7474646.47304272,5636458.36 7474645.26304272,5636450.87 7474644.94304272,5636448.87100002
7474643.83304271,5636441.93 7474642.73304272,5636435.10000001 7474631.84304272,5636370.3 7474629.65304272,5636357.34 7474628.86708187,5636354.64687349 7474627.54304272,5636345.10100001
7474619.80304272,5636341.06000001 7474618.03304272,5636338.99000001 7474599.44029486,5636344.74714378 7474583.88304272,5636349.53000001 7474579.79304272,5636350.24
7474566.19612815,5636306.61714377 7474569.52912815,5636287.83714378 7474552.55255706,5636266.6319609 7474547.03912814,5636249.8871438
7474540.80912816,5636230.29714378 7474539.35999839,5636226.03539511 7474535.34395866,5636214.22461575 7474534.37912816,5636211.38714376 7474528.16912815,5636192.42714376
7474524.16346068,5636180.87719037 7474522.20912815,5636173.06714377 7474516.00912815,5636154.36714377 7474509.36304272,5636135.52 7474502.54304272,5636116.62 7474500.56591741,5636111.2061657
7474497.16712928,5636101.88996453 7474495.74304272,5636098.0 7474493.86064091,5636092.91040518 7474488.80304272,5636079.27 7474482.03304272,5636060.13000001 7474481.05304272,5636057.29000001
7474479.77913706,5636053.59851504 7474477.16354044,5636046.00808861 7474475.67304272,5636041.7474461.79304272,5636022.68 7474461.79304272,5636001.000001 7474465.73304272,5635984.87000001
7474449.37304272,5635965.66000001 7474446.96889767,5635959.33351843 7474442.25304272,5635946.95 7474440.68304271,5635941.44000001 7474437.69304272,5635930.98000002
```

7474436.84962247,5635928.04517183 7474376.46304273,5635926.7 7474432.09304272,5635911.41000001 7474427.49304272,5635944.22000001 7474417.73304272,5635977.26000001 7474414.86304272,5635989.51 7474407.46304272,5636000.25 7474401.87304272,5636009.04 7474400.09304272,5636012.15 7474396.89304272,5636018.02000001 7474391.89864272,5636023.52914318 7474389.71304272,5636025.94000001 7474386.16304271,5636030.37000002 7474388.14304272,5636034.53000001 7474388.20304272,5636034.76 7474391.23447829,5636041.10313078 7474392.04912469,5636042.83363724 7474398.15177399,5636059.79714377 7474400.09769787,5636060.31622642 7474406.84943164,5636075.91637179 7474407.85304272,5636078.34000001 7474409.82108073,5636082.92176219 7474412.8574318,5636091.14216614 7474413.84254962,5636108.81635122 7474426.01304272,5636126.76 7474423.79584531,5636129.24092048 7474414.84304272,5636139.97 7474410.21304195,5636144.33999934 7474408.62691759,5636146.10499127 7474407.46304042,5636147.39999896 7474403.49,5636144.13 7474397.59046695,5636139.2756202 7474389.00897195,5636132.23535223 7474384.46949973,5636128.45836562 7474353.24,5636102.76 7474437.16304167,5636086.23999989 7474336.83177399,5636085.88714377 7474334.88304272,5636083.91 7474323.70304272,5636094.63000001 7474293.78929665,5636123.29999757 7474286.18304272,5636130.99 7474278.35304272,5636138.09 7474249.69304272,5636165.63 7474249.66304272,5636165.57 7474241.23304272,5636174.91000002 7474215.00304272,5636200.5 7474213.47304272,5636202.60000001 7474212.00304272,5636207.25000001 7474208.09304272,5636211.98 7474206.77304272,5636211.22 7474202.12208131,5636219.62543315 7474199.87304272,5636223.69 7474193.75304272,5636234.75 7474192.23304272,5636233.82 7474189.80304272,5636237.47000001 7474177.19304272,5636259.27000001 7474174.93304272,5636261.7 7474169.99125811,5636267.77822452 7474160.20304272,5636280.46 7474148.94304272,5636295.08 7474143.16304272,5636302.57 7474141.73291756,5636303.91845799 7474141.42816936,5636304.20580358 7474135.63304272,5636309.67000001 7474114.38304272,5636329.72000001 7474097.92466312,5636345.24690535 7474090.88620771,5636351.88701414 7474087.27622987,5636355.557380388 7474075.86907396,5636368.02000001 7474070.28177399,5636375.22714377 7474066.47304272,5636380.09000001 7474059.34586885,5636390.3928787 7474052.36304272,5636401.67 7474038.95304272,5636423.38000001 7474037.27304272,5636425.98 7474036.93911833,5636426.49616242 7474034.18883714,5636430.74739963 7474033.03296007,5636432.53409245 7474031.69464559,5636434.60277822 7474031.04304272,5636435.61 7474013.68,5636481.73000001 7474009.29304272,5636494.16000001 7474007.68304272,5636498.72000001 7473997.5636525.79259837 7473994.81650108,5636534.601989 7473925.21304272,5636551.41 7473905.59304272,5636558.76 7473902.01304271,5636546.25 7473898.08304271,5636547.04000001 7473895.60304272,5636547.54000001 7473854.05304272,5636555.84000001 7473819.74304272,5636562.70000001 7473798.31823157,5636566.26136708 7473797.37501423,5636561.54984797 7473795.11304272,5636551.96 7473794.24530769,5636548.21976281 7473791.55304271,5636534.46 7473786.42304272,5636535.34000001 7473785.24304272,5636521.58000001 7473786.06258006,5636507.22810223 7473783.51304272,5636493.95 7473781.96391006,5636485.802977 7473776.62442085,5636459.40642013 7473771.07304272,5636431.79000001 7473713.69304272,5636442.22 7473713.11304272,5636442.33 7473707.26304271,5636443.43000001 7473694.95304271,5636445.76 7473662.48715362,5636475.46196735 7473655.13304272,5636482.29000001 7473641.59171284,5636493.54232104 7473597.99979188,5636445.96741394 7473477.99214805,5636314.99638029 7473445.2013889,5636276.87324784 7473398.25080853,5636222.21905594 7473381.68753671,5636230.56384641 7473378.52977166,5636237.1132042 7473372.66304272,5636254.43 7473370.96487774,5636261.53051439 7473369.9453711,5636264.85799026 7473359.59309272,5636298.05115532 7473359.29371882,5636299.01898894 7473352.68304272,5636322.62000001 7473348.17304272,5636334.66 7473346.11304272,5636340.58000001 7473345.25304272,5636343.89 7473338.3918781,5636374.3386571 7473329.1256834,5636390.66666146 7473324.28684445,5636398.9732166 7473320.37304272,5636343.32000001 7473323.62792087,5636445.05478294 7473291.08660178,5636449.02826992 7473285.41654983,5636459.74824625 7473281.28002451,5636467.56900358 7473273.25304272,5636488.36 7473270.42309874,5636498.47534636 7473269.80617302,5636500.676951 7473265.0754754,5636522.49551775 7473263.88211314,5636528.80063572 7473262.9654253,5636532.52091639 7473262.71633152,5636533.53967834 7473259.96304272,5636544.75000001 7473258.7375642,5636551.20918353 7473258.28632201,5636551.5808083 7473251.25304272,5636577.18 7473213.19566445,5636571.38732245 7473203.65157568,5636567.35228387 7473193.03304272,5636565.16000001 7473182.78920046,5636563.04745665 7473182.75304272,5636563.04000001 7473186.11304272,5636568.64000001 7473189.41304271,5636574.24 7473198.38304272,5636582.1 7473212.78841305,5636601.12746768 7473212.81304272,5636601.16000001 7473191.8818906,5636611.78889675 7473197.80639269,5636611.80052918 7473204.51399269,5636621.55052917 7473209.85399268,5636627.78052918 7473223.05399268,5636645.15052917 7473237.53399269,5636635.29052919 7473237.52230948,5636635.27488215 7473237.54140059,5636635.26186965 7473238.72978707,5636634.4188739 7473242.66056824,5636639.62869137 7473252.6503861,5636651.85137923 7473263.06399268,5636665.13052919 7473275.04734126,5636679.99278451 7473280.56492121,5636686.93742054 7473287.75763241,5636696.17356648 7473293.63299269,5636709.45052918 7473299.93399268,5636699.31052919 7473304.51399268,5636704.65052919 7473311.99419093,5636709.683936 7473312.00399269,5636709.69052919 7473315.95399269,5636709.45052918 7473322.29726779,5636717.14290162 7473322.23304272,5636717.19 7473323.7631181,5636719.07654104 7473329.68136177,5636726.2580961 7473337.10127698,5636735.2961141 7473339.06304272,5636737.68000001 7473340.62904272,5636736.58000001 7473355.14399268,5636755.82052918 7473355.17006389,5636755.8037122 7473360.63271467,5636763.8093966 7473362.80939669,5636767.05732895 7473366.8980305,5636773.08349042 7473366.90511973,5636773.0914119 7473367.91304272,5636774.61000001 7473370.14399269,5636776.72052917 7473380.52399269,5636791.63052918 7473388.6813867,5636803.32239227 7473388.69399268,5636803.3405292 7473382.53406065,5636807.21879471 7473382.51399269,5636807.2052918 7473396.04399268,5636829.51052919 7473405.49945159,5636845.03763341 7473405.51304272,5636845.06 7473403.4882484,5636846.9340114 7473403.46304272,5636846.41 7473414.15399269,5636859.32052918 7473424.12304271,5636872.04 7473431.83304272,5636881.88 7473477.85304272,5636940.67000001 7473486.93285946,5636951.57422862 7473486.41304272,5636951.6 7473469.67304272,5636951.78 7473482.0399054,5636980.22403328 7473477.31399268,5636983.82052919 7473451.25399268,5637004.13052917 7473431.26399269,5637004.112052919 7473410.55399268,5637032.79052917 7473385.79399269,5637050.22052919 7473373.4225637,5637058.90755843 7473369.3799269,5637060.28052918 7473358.90399268,5637084.41052919 7473357.78006454,5637058.01804730 7473356.28939268,5637055.40052918 7473341.01399269,5637054.35052918 7473333.73399268,5637056.62052918 7473330.02399268,5637042.01052918 7473329.1675638,5637032.79052917 7473327.73399269,5637017.89052918 7473325.38399268,5636986.77052917 7473323.13399269,5636975.74052918 7473321.23399269,5636967.90052917 7473320.21957285,5636962.70990001 7473320.03414099,5636961.94978756 7473318.23304272,5636965.00000001 7473315.52556745,5636946.64490176 7473313.53399269,5636940.36052919 7473312.44490524,5636938.18261026 7473309.88399269,5636931.65052919 7473305.83299269,5636922.84052917 7473304.10663484,5636919.31060814 7473295.88157213,5636902.56748867 7473289.09737368,5636891.00138899 7473241.55372607,5636791.79732727 7473181.86767466,5636670.18915285 7473175.61514334,5636666.51328494 7473157.07399269,5636659.96052918 7473149.86399268,5636660.17052918 7473117.38399269,5636657.80052917 7473096.82399269,5636654.44052918 7473087.93399268,5636654.75052918 7473073.35399268,5636651.359052919 7473073.82893944,5636636.50748366 7473029.47399269,5636631.91052918 7473023.11667363,5636626.5177484 7473014.60167938,5636619.20093994 7473012.10399268,5636617.17052917 7473001.4801277,5636609.24997096 7472995.83399268,5636605.04052919 7472986.80399268,5636599.29052917 7472978.24399268,5636591.19052919 7472971.86399269,5636584.18052917 7472967.49399269,5636573.89052918 7472960.72399269,5636564.35052918 7472957.44399268,5636559.75052918 7472951.75399268,5636554.04052917 7472937.60399268,5636541.97052918 7472921.24478978,5636528.654705 742917.99549926,5636526.00984611 742912.11253845,5636526.98306668 742905.86177399,5636528.01743777 742897.67177399,5636529.37714377 742885.19177399,5636532.73714378 742862.73177399,5636548.22714378 742840.79177399,5636553.64714378 742829.3051103,5636562.99130669 742818.41177399,5636573.16714377 742817.89177399,5636573.64714377 742808.19177399,5636588.88714377 742804.35177399,5636599.19714377 742801.4751407,5636606.94934314 742796.90177399,5636619.34714376 742803.36177399,5636674.67714377 742803.69177399,5636675.62714378 742805.82177399,5636682.06714377 742812.8177399,5636703.45714377 742818.28177399,5636719.85714378 742816.63177399,5636737.88714377 742832.50649898,5636750.61047082 7427834.31177399,5636754.49714378 7427893.92177399,5636898.05714378 742897.75177399,5636895.30714377 7472915.41177399,5636882.69714377 7472937.39962125,5636866.99607901 7472961.95005951,5636849.0297872 7473005.61177399,5636815.56714377 7473013.60177399,5636808.06714377 7473037.94177399,5636788.78714378 7473047.54338138,5636797.22167545 7473060.84400901,5636813.68911921 7473071.03842837,5636815.0558978 7473073.26093821,5636820.01923706 7473074.19177399,5636829.63714379 7473076.70737,5636832.6348957 7473085.09090965,5636842.43645618 7473086.70200993,5636844.0002627 7473092.17509354,5636850.45761396 7473098.18177399,5636857.53714377 7473100.42920543,5636860.78293949 7473104.90177399,5636865.45714377 7473102.55177399,5636867.84714378 7473097.52761633,5636871.82231307 7473073.09177399,5636892.90714378 7473069.43105702,5636896.32207285 7473068.90323252,5636896.81437327 7473056.24485793,5636908.62149905 7473038.651299268,5636923.54714377 7473057.03177399,5636939.45714378 7473053.08596244,5636943.15374337 7473061.14903775,5636971.42758837 7473061.62189094,5636973.5636903.08568747 7473062.11359988,5636985.11252491 7473063.4051939,5637017.37052918 7473013.15329626,5637018.36996958 7473005.6846636,5637018.51986303 7473000.22515939,5637018.71052917 7472981.93648431,5637019.07343191 7472958.55286946,5637019.61004652 7472969.47515939,5637024.80052918 7472984.14515939,5637033.95052917 7472998.67515939,5637104.78052917 7473022.16515939,5637154.33052917 7473031.1251594,5637173.77052919 7473045.61515939,5637204.58052917 7473046.47601236,5637206.41469808 7473049.84897195,5637215.61535224 7473058.1051594,5637231.13052918 7473063.72000225,5637244.02642846 7473071.72515939,5637262.56052918 7473075.27515939,5637270.37052918 7473090.08515939,5637303.00052918 7473092.34515939,5637308.03052919 7473096.29515939,5637316.71052917 7473100.47515939,5637323.33052917 7473109.30515939,5637337.33052918 7473108.7515939,5637337.77052919 7473110.85515939,5637341.13052919 7473109.79515939,5637341.86052918 7473117.00515939,5637352.16052917 7473125.10515939,5637364.90052918 7473126.17515939,5637366.57052917 7473126.2451594,5637366.99052918 7473128.36515939,5637380.57052917 7473126.06515939,5637381.72052918 7473124.06515939,5637383.39052917 7473132.82515938,5637395.98052918 7473139.69515939,5637410.25052918 7473140.9515939,5637414.45052918 7473147.15670326,5637385.25469148 7473150.44652576,5637446.3554377 7473153.98515939,5637458.36052918 7473151.12515939,5637460.0052916 7473157.1951594,5637470.61052917 7473161.17515939,5637484.41052917 7473169.85515939,5637512.63052918 7473173.94515939,5637525.66052917 7473175.97515939,5637532.30052918 7473178.86515939,5637541.52052917 7473180.90515939,5637548.37052918 7473180.95515939,5637548.37052918 7473182.23515939,5637553.96052918 7473182.67515939,5637553.77052917 7473188.85515939,5637573.76052918 7473193.92689214,5637590.65052919 7473195.14424743,5637594.96571795 7473200.66515939,5637613.82052919 7473201.89202007,5637615.74052918 747323

```
7469016.725377,5635816.56375873 7468858.29256013,5635726.1819113 7468752.77651576,5635665.7509571 7468811.72580033,5635567.74909443 7468895.01680025,5635551.4507285
7468891.53699329,56355532.18902331 7469006.1420225,5635457.47054053 7469006.88285731,5635452.1788633 7468950.05024365,5635388.04373502 7468938.51438724,5635375.23787606
7468796.37993631,5635396.08708444 7468687.79471913,5635410.90378073 7468669.5914939,5635390.90124073 7468637.31211817,5635351.42532844 7468615.93374208,5635343.06447839
7468583.97201148,5635336.82029923 7468550.31694417,5635300.5193933 7468507.03102427,5635259.77347848 7468485.33514754,5635252.36513033 7468460.57009801,5635252.04762969
7468456.44258976,5635211.40754841 7468446.38840299,5635094.56731473 7468385.11078043,5635098.37732235 7468356.32405618,5635100.59982678 7468273.45639045,5635100.38815971
7468244.56383266,5634992.75544444 7468211.33209953,5634860.040179 7468176.19536259,5634716.00072427 7468164.4478391,5634670.49229991 7468121.79692046,5634682.55732405
7468127.3002648,5634705.41736976 7468160.42616439,5634834.74596176 7468193.02289625,5634970.74206708 7468221.17461922,5635106.84400595 7468265.92,5635264.79 7468306.48,5635456.99000001
7468329.36,5635560.13 7468263.56803172,5635573.48640127 7468271.62,5635611.76 7468261.26,5635640.91000001 7468260.16036386,5635669.57965512 7468277.92,5635754.21
7468269.96388347,5635818.46876253 7468261.8147005,5635885.46139651 7468229.32380219,5635949.92725462 7468230.62026311,5635950.54902668 7468255.22656232,5635961.66154892
7468275.99639553,5635944.62234818 7468300.65561151,5635948.64402288 7468324.99732687,5635961.02654764 7468350.2393329,5635985.93200301 7468369.55324931,5635987.37910035
7468396.96413747,5635988.64910289 7468421.72989255,5635985.29700173 7468427.12669779,5635961.44988183 7468441.90000234,5635930.60310763 7468446.60007007,5635923.66730626
7468572.54198862,5635903.7705998 7468607.36413535,5635898.4402933 7468595.08453371,5635842.59881079 7468574.87032661,5635744.06778039 7468615.08707372,5635734.11942717
7468656.46798981,5635725.65274356 7468706.5272566,5635753.59279945 7468761.34903291,5635785.55453003 7468890.6776249,5635860.69634698
7469038.73875436,5635946.20985135</gml:coordinates></gml:LinearRing></gml:outerBoundaryIs></gml:Polygon></gml:polygonMember></gml:MultiPolygon></ogr:geometryProperty>
<ogr:Id>0</ogr:Id>
<ogr:number>2</ogr:number>
</ogr:Itereny_centralny_i_ochrony>
</gml:featureMember>
</ogr:FeatureCollection>
```

Opis przebiegu granic strefy "B" – tereny zurbanizowane lub przeznaczone do urbanizacji inne niż "A", "C" i "D"

Granice strefy "B" obejmuje swoim zasięgiem Miasto Kielce w granicach administracyjnych z wyłączeniem stref "A", "C" i "D", według wymienionych granic stref "A", "C" i "D".

Opis przebiegu granic strefy "C" – tereny o dominujących funkcjach gospodarczych (przemysł, bazy, składy, obszary rozmieszczenie obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m², obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych)

Granice strefy "C" obejmuje swoim zasięgiem Miasto Kielce w granicach administracyjnych z wyłączeniem stref "A", "B" i "D", wyznaczone następującymi wierzchołkami punktów [yE xN] w układzie współrzędnych płaskich prostokątnych: PL2000/7:

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8" ?>
<ogr:FeatureCollection
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://ogr.maptools.org/3tereny_gospodarcze.xsd"
  xmlns:ogr="http://ogr.maptools.org"
  xmlns:gml="http://www.opengis.net/gml">
  <gml:boundedBy>
    <gml:Box>
      <gml:coord><gml:X>7467316.689999678</gml:X><gml:Y>5628726.210000001</gml:Y></gml:coord>
      <gml:coord><gml:X>7479148.949999999</gml:X><gml:Y>5642086.279999998</gml:Y></gml:coord>
    </gml:Box>
  </gml:boundedBy>
  <gml:featureMember>
    <ogr:3tereny_gospodarcze fid="3tereny_gospodarcze.0">
      <ogr:geometryProperty><gml:MultiPolygon srsName="EPSG:2178"><gml:polygonMember><gml:Polygon><gml:outerBoundaryIs><gml:LinearRing><gml:coordinates>7471999.849999996,5630616.79987652
7471995.25000056,5630612.68987656 7471890.88000063,5630354.99987655 7471859.39000062,5630525.58987655 7471832.48000061,5630505.75987655 7471826.0800006,5630501.02987656
7471818.81000061,5630495.66987655 7471805.6500006,5630485.97987655 7471790.56000059,5630474.84987655 7471775.18000059,5630463.49987656 7471761.10000058,5630453.04987656
7471747.40700058,5630442.95987655 7471734.42000058,5630433.28987655 7471723.35000058,5630425.15987656 7471708.39000057,5630414.16987655 7471690.34000056,5630400.94987655
7471677.16000056,5630391.25987655 7471666.08000056,5630383.12987655 7471649.91000055,5630371.26987656 7471636.69000055,5630361.45987656 7471617.35000054,5630347.13987655
7471599.63000054,5630333.98987655 7471581.35000053,5630320.42987655 7471564.10000052,5630307.64987655 7471486.03000055,5630249.75987656 7471469.67000049,5630263.38987655
7471460.24000049,5630271.25987655 7471439.97000048,5630288.16987655 7471401.57000046,5630320.16987654 7471383.15000045,5630335.52987655 7471358.51000044,5630355.95987654
7471345.67000043,5630366.62987654 7471301.70000042,5630403.07987654 7471290.15000041,5630412.64987654 7471267.06,5630431.8 7471271.39,5630440.25 7471274.83,5630446.96 7471283.38,5630463.61
7471291.83,5630480.06 7471298.91,5630493.83 7471304.82,5630505.34 7471311.33,5630518.02 7471317.44,5630529.91 7471325.58,5630545.76 7471332.56,5630559.27 7471338.2,5630570.21 7471344.04,5630581.5
7471350.89,5630594.74 7471357.96,5630608.42 7471365.32,5630622.61 7471371.75,5630635.1 7471377.85,5630646.92 7471381.39,5630653.76 7471384.61,5630659.93 7471397.84,5630685.47 7471403.9,5630697.31
7471409.69,5630708.51 7471413.24,5630715.4 7471416.75,5630722.17 7471448.76851636,5630709.94807724 7471448.79000044,5630709.93987655 7471453.21000043,5630741.26987654
7471456.20000044,5630762.44987654 7471461.93000043,5630803.04987654 7471466.92000043,5630838.38987654 7471472.05000043,5630873.68987654 7471477.24000043,5630909.38987654
7471481.92000043,5630941.62987654 7471486.60000063,5630973.67987655 7471557.9,5630948.92 7471566.16,5630945.85 7471602.92,5630932.82 7471615.17,5630928.46 7471641.49043137,5630919.11952978
7471708.24629439,5630862.80288222 7471737.32004615,5630829.83944525 7471760.73933006,5630818.51865573 7471780.1636164,5630802.13192015 7471853.59914513,5630740.18016702
7471929.81908541,5630675.81888031 7471955.0647959,5630654.58161473 7471978.97582131,5630634.40977191 7471984.5979465,5630629.66682909 7471991.62359913,5630623.73984107
7471999.84999996,5630616.79987652</gml:coordinates></gml:LinearRing></gml:outerBoundaryIs></gml:Polygon></gml:polygonMember></gml:MultiPolygon></ogr:geometryProperty>
<ogr:Id>0</ogr:Id>
<ogr:number>60</ogr:number>
</ogr:3tereny_gospodarcze>
</gml:featureMember>
<gml:featureMember>
  <ogr:3tereny_gospodarcze fid="3tereny_gospodarcze.1">
    <ogr:geometryProperty><gml:MultiPolygon srsName="EPSG:2178"><gml:polygonMember><gml:Polygon><gml:outerBoundaryIs><gml:LinearRing><gml:coordinates>7468950.0040007,5631557.23097688
7468955.31870085,5631559.7758161 7468959.2999997,5631559.0698765 7468969.3599997,5631557.2998765 7468976.9499997,5631555.9598765 7468978.12999969,5631555.7498765
7468984.25999969,5631552.8898765 7469001.56999969,5631548.7498765 7469009.5599997,5631545.7998765 7469018.09999969,5631542.6298765 7469026.35999969,5631539.5798765
7469035.1899997,5631536.30987649 7469045.6099997,5631532.4498765 7469051.35999969,5631530.7198765 7469044.4799997,5631510.4298765 7469052.28996046,5631505.55645252
7469059.35476049,5631501.14800965 7469067.05224391,5631496.34477165 7469081.05500156,5631487.60703347 7469094.34197215,5631479.31595166 7469110.61612193,5631469.16086456
7469118.31093654,5631464.35954869 7469125.00107267,5631460.18950078 7469128.94434791,5631458.1274303 7469132.96749141,5631456.19611284 7469136.92790741,5631454.21075035
7469118.0193836,5631397.18728951 7469092.0735691,5631318.94110988 7469092.04000111,5631318.83987754 7469105.31388477,5631309.76499841 7469119.61319628,5631305.30096356
7469213.00557464,5631305.30096356 7469292.54549955,5631302.17298916 7469393.08752905,5631301.72613568 7469483.30545988,5631294.73886997 7469546.32999756,5631289.85770022
7469589.25620894,5631286.53311719 7469616.96112501,5631269.99953825 7469655.25738543,5631240.71416263 7469662.54018047,5631235.14496642 7469637.9632388,5631164.09526232
7469604.42754606,5631066.23434912 7469589.70306242,5631034.95460518 7469576.74431136,5631036.74201912 7469528.03728151,5631034.50775169 7469490.05473529,5631031.3797773
7469454.75330998,5631018.86787971 7469435.98546361,5631003.67486123 7469431.07007528,5630972.84197078 7469415.4302033,5630905.81394804 7469382.54,5630803.77 7469349.75553454,5630831.82104461
7469305.09739252,5630870.06566924 7469267.0748463,5630886.1523947 7469247.86014646,5630892.85519697 7469213.8992816,5630898.66429227 7469171.44820054,5630904.47338757
7469116.93207537,5630912.51675031 7469071.7988734,5630926.36920834 7469032.47777293,5630942.29008844 7469032.73999956,5630943.07987646 7469017.98000054,5630947.97987735
7469019.23999965,5631139.2298761 7468903.5899997,5631137.69987649 7468894.27999969,5631137.2998765 7468885.01999969,5631137.1098765 7468875.9399997,5631137.8798765
7468866.98999969,5631138.3598765 7468857.86,5631139.68 7468848.77999969,5631141.1598765 7468839.6599997,5631142.4798765 7468831.12999969,5631144.0098765 7468825.27999969,5631145.7398765
7468822.2199997,5631149.2098765 7468805.17999969,5631152.0498765 7468797.43999969,5631155.0798765 7468789.54999969,5631158.0598765
7468781.66999969,5631161.8298765 7468773.7799997,5631165.5998765 7468765.7699997,5631169.3598765 7468748.68999969,5631176.4898765 7468749.1199997,5631177.9398765
7468731.3699997,5631186.3598765 7468719.7599999,5631192.5898765 7468720.3299997,5631194.18987651 7468660.72999969,5631225.4198765 7468657.36,5631227.01 7468657.36,5631227.01
```


[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]


```

746703.46999998,5634365.3198765 7467701.44999998,5634354.918765 7467767.82999998,5634338.497865 7467209.97999998,5634354.7698765 7467174.42999998,5634366.2698765
7467093.46999998,5634391.0798769 7467674.93999998,5634408.9198765 7467022.17999998,5634282.0898765 7467020.97999998,5634377.3798769 7467010.46999998,5634356.4498769
7466999.20999998,5634330.4298765 7467044.09999998,5634315.4898769 7467243.80999998,5634252.5898765 7467283.06999998,5634241.5098765 7467288.38999998,5634230.9098765
7467295.57999998,5634310.98769 7467674.04999998,5634321.3498765 7467272.80999998,5634217.8898765 7467250.49999998,5634224.7698765 7467217.87999998,5634235.2298765
7467216.51999998,5634260.6298769 7467190.82999998,5634213.5098769 7467187.48000779,5634201.98989527 7467176.01999998,5634206.8798765 7467161.31999998,5634184.3398765
7467146.3354351,5634193.3154087 7467150.16199998,5634174.5398769 7467161.00999998,5634159.6198765 7467200.57999998,5634136.4898765 7467193.00999998,5634123.1098765
7467198.38999998,5634119.798769 7467187.22999998,5634099.1498765 7467186.78999998,5634098.3198765 7467175.7335573,5634105.70393066 7467163.0792553,5634086.61941186
7467154.000001,5634071.68985769 7467107.07999998,5634062.2298769 7467130.48999998,5634048.4598765 7467107.03999998,5634061.7998765 7467053.34999998,5634092.4798765
7467040.34999998,5634063.6498765 7467028.36999998,5634038.3398765 7467023.01746099,5634027.95148231 7467146.23016181,5633956.25489734 7467164.2733762,5633945.7556797
7467164.26999998,5633945.7498765 7467158.1017203,5633937.5627264 7467158.03951674,5633936.96004512 7467168.15999998,5633931.0898765 7467156.46999998,5633903.4998765
7467155.06999998,5633900.6398765 7466789.78999997,5634055.5898765 7466857.51999998,5634068.4298765 7466825.62999997,5634081.1398765 7466824.07999998,5634081.3998765
7466792.52999997,5634094.3198765 7466785.74999997,5634097.0298765 7467675.77999998,5634085.7798765 7466747.60999997,5634059.0098765 7467000.05999997,5634013.4398765
7466594.92999998,5633910.8398765 7466580.24999997,5633900.8098765 7466449.93999997,5633943.2298765 7466367.53999997,5633960.0498765 7466301.06999997,5633795.1798765
7466214.72999997,5633930.0598765 7466104.91999997,5634011.8198765 7466120.36999997,5634017.198765 7466190.19999998,5634055.3698765 7465912.86999997,5634066.4498765
7465907.76999997,5634089.9898765 7465905.00999997,5634102.798765 7465900.36999997,5634124.1798765 7465895.28999997,5634147.6198765 7465892.59999997,5634158.4498765
7465888.71999997,5634178.1098765 7465877.28999997,5634230.498765 7465874.37999997,5634241.0198765 7465870.72999997,5634262.7098765 7465868.50999997,5634271.0198765
7465866.58999998,5634326.7098765 7465864.68999997,5634288.8998765 7465861.56999997,5634303.4398765 7465859.30999997,5634313.9998765 7465857.70999998,5634321.4298765
7465856.58999998,5634326.7098765 7465854.84999997,5634330.7098765 7465853.13999998,5634342.4798765 7465852.09999997,5634346.6398765 7465850.99999997,5634352.7198765
7465849.82999998,5634358.9098765 7465848.64999997,5634364.1098765 7465846.73999998,5634375.298765 7465844.37999998,5634387.8508765 7465841.87999997,5634400.7098765
7465838.71999998,5634416.2798765 7465833.62999997,5634431.5598765 7465829.13999998,5634463.5798765 7465823.99999997,5634492.9498765 7465820.72999998,5634506.0898765
7465818.39999997,5634517.4598765 7465813.10999997,5634543.2998765 7465810.88999998,5634554.1798765 7465800.31999997,5634605.9798765 7465792.72999997,5634642.9298765
7465786.39999998,5634674.1298765 7465775.15999997,5634718.5298765 7465770.69999997,5634749.6698765 7465767.18999997,5634766.6298765 7465759.90999997,5634801.7998765
7465756.65999998,5634818.5798765 7465753.25999997,5634836.3498765 7465749.98999998,5634853.4198765 7465746.72999998,5634870.3998765 7465734.01999998,5634925.2598765
7465731.28999998,5634961.6698765 7465680.23999997,5635194.7198765 7465647.46000016,5635338.7798768 7465661.32114576,5635336.2639765
7465706.66999997,5635328.06987729</gml:LinearRing></gml:outerBoundaryIs></gml:Polygon></gml:polygonMember></gml:MultiPolygon></ogr:geometryProperty>
</ogr:Id></ogr:Id>
</ogr:Name>34</ogr:Name>
</ogr:Zeremy_zieleni>
</gml:featureMember>
</gml:featureMember>
</ogr:Zeremy_zieleni fid="Zeremy_zieleni.10">
```


[illegible]

```

<ogr:fid><ogr:fid>
<ogr:numero><ogr:numero>
<ogr:terenziy_zieleni>
<ogr:featureMember>
<gml:featureMember>
<ogr:terenziy_zieleni fid="Terenziy_zieleni.21">
<ogr:geometryProperty><gml:MultiPolygon srsName="EPSG:2178"><gml:polygonMember><gml:Polygon><gml:outerBoundaryIs><gml:LinearRing><gml:coordinates>7475142,1999623,5635830,04586645
7475135,5435823,7000001 7475135,81,5635820,5 7475135,61,5635820,48 7475136,07,5635817,57 7475134,1,5635814,49 7475134,1,5635814,49 7475128,98,5635793,7 7475114,27,5635781,26
7475112,29,5635763,17 7475108,16,5635768,53 7475102,16,5635765,53 7475109,44176661,5635746,9233719 7475097,72,5635742,29 7475081,97,5635684,49 7475063,8422545,5635617,89200637
7475063,76,5635617,59 7475060,51,5635605,66 7475076,13,5635591,42000001 7475082,32,5635585,63 7475092,54,5635566,15 7475092,54,5635566,14000001 7475099,55,5635548,9 7475103,03,5635548,40
7475103,03,5635548,40 7475129,91,5635541,67 7475130,48,5635541,76000001 7475139,59,5635453,32 7475144,02,5635544,71000001 7475145,66,5635546,51 7475154,47,5635556,52 7475175,03,5635558,98
7475231,62,5635559,47 7475262,1,5635549,37 7475264,99,5635550,48 7475278,67,5635544,03 7475306,99,5635568,31 7475315,03,5635570,13 7475320,19,5635570,27 7475320,21,5635570,27
7475322,0635631,5635569,9881389 7475346,63,5635566,24 7475366,39,5635563,24 7475382,50,5635560,77 7475399,39,5635558,21 7475408,8,5635554,59000001 7475408,91,5635554,33 7475413,03,5635552,07
7475415,96,5635549,48 7475420,22,5635545,77000001 7475423,09,5635541,92 7475423,91,5635540,42 7475423,91,5635540,41 7475425,39,5635537,71 7475427,08,5635533,21 7475428,11,5635532,58
7475428,39,5635526,16000001 7475429,06,5635523,28 7475430,48,5635521,27 7475431,47,5635519,80000001 7475431,4,5635518,10000001 7475435,06,5635516,71 7475437,18,5635515,65 7475439,45,5635514,03
7475441,81,5635514,63 7475446,57,5635514,99 7475447,89,5635515,28 7475451,22,5635516,02 7475455,69,5635517,71 7475456,92,5635518,39 7475459,87,5635520,02 7475463,67,5635522,9 7475466,75,5635526,02
7475473,67,5635533,49 7475480,77,5635540,24000001 7475484,14,5635543,03 7475488,29,5635546,51 7475492,34,5635549,19 7475496,58,5635551,56 7475500,98,5635553,61 7475502,17,5635554,64
7475502,83,5635555,38 7475503,52,5635556,46 7475504,04,5635557,64 7475508,560613,5635556,346453267 7475507,24,5635567,47 7475505,67,5635571,38 7475502,68,5635578,85 7475500,17,5635585,75
7475498,37,5635592,88 7475497,32,5635600,15 7475497,19,5635603,03 7475497,19,5635603,01 7475497,47,5635614,83 7475498,67,5635622,08 7475500,35,5635630,72000001
7475502,62,5635639,23 7475505,48,5635647,56 7475508,91,5635655,67000001 7475512,86,5635663,47 7475512,89,5635663,53 7475517,4,5635667,09 7475528,98,5635678,31 7475527,62,5635686,0
7475533,13,5635701,61000001 7475530,64,56357157,5635700,2618911 7475563,69,5635691,30000001 7475649,79,5635670,89 7475648,06,5635663,26000001 7475696,69,5635656,19
7475695,43,5635649,34 7475689,61,5635662,73000001 7475686,44000001,5635577,36000001 7475683,73,5635553,5 7475681,12,5635521,48 7475678,4,5635484,54 7475676,67,5635463,86
7475676,25425459,5635458,94445225 7475660,66,5635330,64 7475657,74,5635312,26 7475648,81,563304,31 7475648,81,563304,31 7475631,31 7475631,32,563298,74 7475609,43,563291,71 7475562,87,5635276,31
7475548,57,5635271,63 7475540,33,5635268,94 7475526,47,5635264,26000001 7475511,06,5635260,40000001 7475496,86,5635256,56000001 7475470,31,5635250,05 7475443,41,5635234,34 7475426,7,5635241,06
7475396,3,5635235,49 7475385,66,5635234,11000001 7475366,73,5635233,41000001 7475348,21,5635234,62 7475336,75,5635235,29 7475371,91,5635239,39 7475376,38,5635312,86 7475353,75,5635350,99000001
7475338,1,5635304,13000001 7475334,39,5635364,34 7475336,49,5635377,37000001 7475335,49,5635390,32 7475329,17,5635399,02 7475320,64,5635410,49 7475312,11,5635412,89000001
7475287,85000001,5635401,05000002 7475270,76,5635386,51 7475252,01,5635364,33000001 7475245,15,5635349,93000001 7475238,46981908,5635312,26837967 7475239,8175616,5635271,34300997
7475187,64,5635275,77000001 7475181,866989801,5635276,11941426 7475187,14,5635274,48000001 7475177,335265,5635255,81403282 7475174,92,5635254,91000001 7475128,14,5635236,62 7475092,72,5635257,91
7475097,72,5635273,76 7475032,38,5635268,62 7475037,35,5635311,68
```

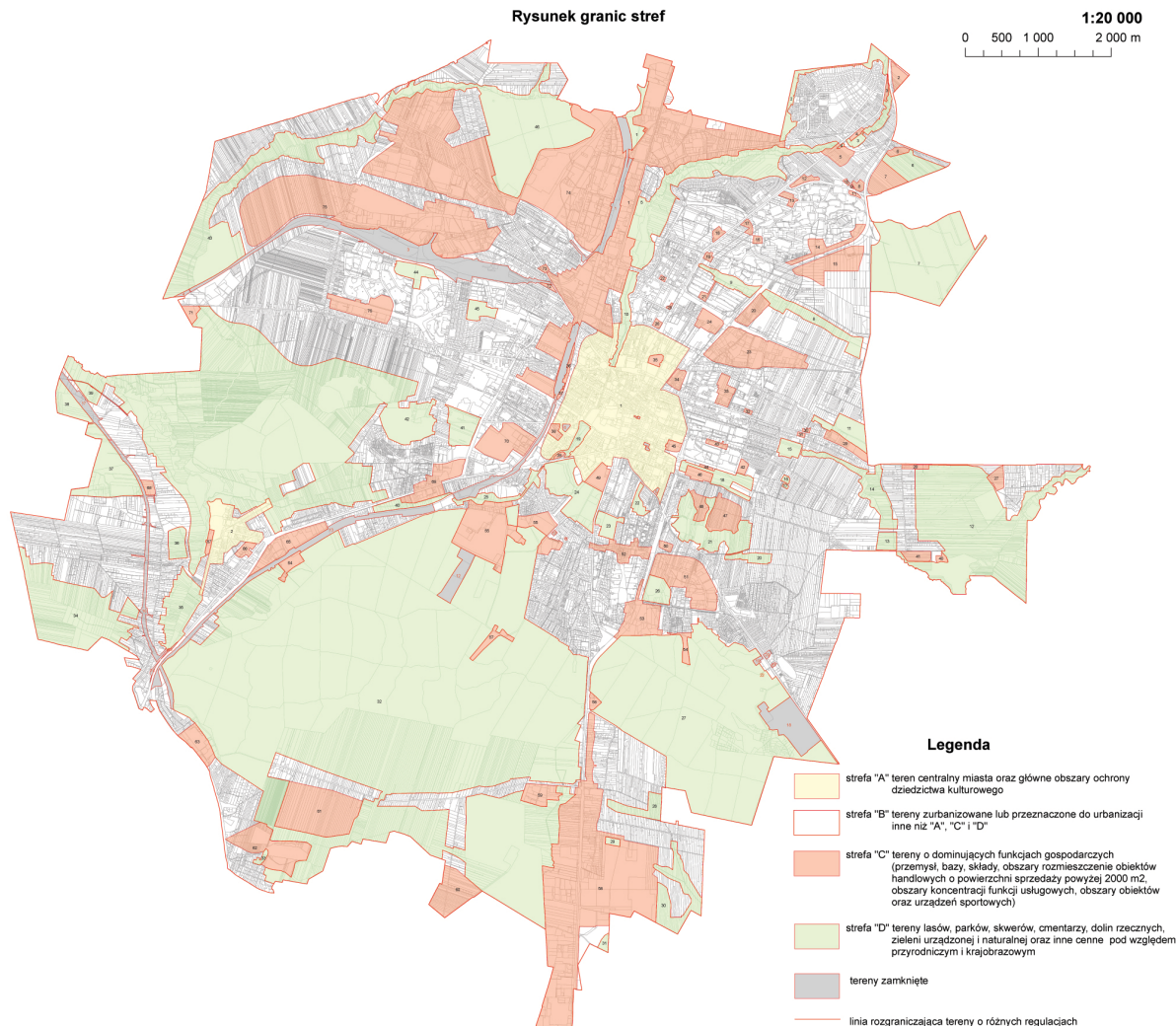

[illegible]

[illegible]

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr LX/1188/2022
Rady Miasta Kielce
z dnia 21 kwietnia 2022 r.

Załącznik nr 2
do 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

Rysunek granic stref



Załącznik Nr 3 do uchwały Nr LX/1188/2022

Rady Miasta Kielce

z dnia 21 kwietnia 2022 r.

Załącznik nr 3

Wykaz 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 wraz ze sposobami rozstrzygnięć uwag w całości lub w części nieuwzględnionych i uzasadnieniem co do sposobu rozpatrzenia uwag

L.p.	Data złożenia uwagi	Podmiot Składający uwagę	Treść uwagi	Sposób rozstrzygnięcia uwagi wraz z uzasadnieniem
1	2	3	4	5
1.	23.07.2021 r.	F.K. (osoba fizyczna)	Propozycja likwidacji wszystkich istniejących ogrodzeń budynków wielorodzinnych z okresem dostosowania 5 lat	Uwaga nieuwzględniona. W projekcie uchwały w § 14 ust. 2 zakazuje się groduzenia nieruchomości na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne zawierające w jednym budynku więcej niż 5 lokali mieszkalnych – uznano, że zakaz wnoszenia ogrodzeń wokół budynków wielorodzinnych zawierających do 5 lokali mieszkalnych, tj. budynków zbliżonych do skali zabudowy jednorodzinnej, byłby nieracjonalny z uwagi na kameralną skalę takiej zabudowy i jej cechy funkcjonalno-przestrzenne zbliżone lub tożsame ze strukturami zabudowy ekstensywnej, jednorodzinnej. W § 15 ust. 2 postanowiono, że nie wymagają dostosowania do ww. zasad ogrodzenia budynków wielorodzinnych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały głównie ze względu na uniknięcie konfliktów i napięć społecznych które z pewnością wywołane byłyby koniecznością likwidacji takich ogrodzeń – z jednej strony zakres występowania istniejących ogrodzeń budynków wielorodzinnych jest w Kielcach stosunkowo niewielki (większość osiedli wielorodzinnych cechuje się całkowitą dostępnością przestrzeni), zaś ze strony wspólnot mieszkaniowych, które takie ogrodzenia legalnie wzniosły dużym kosztem (najczęściej finansowanym z długoterminowych, często jeszcze nie spłaconych kredytów) z pewnością należałoby się spodziewać intensywnej i uzasadnionej kontestacji takiego przepisu. Ponadto, wspólnoty mieszkaniowe mogą wysuwać słuszne roszczenia o ochronę praw nabytych (a w tej kwestii ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym taką ochronę umożliwia) oraz równie słuszne wysokie finansowe roszczenia odszkodowawcze od Gminy Kielce, co niepotrzebnie obciążałoby budżet miasta.

2	26.07.2021 r.	F.J. (osoba fizyczna)	Propozycja zakazu ekspozycji reklam na autobusach i pojazdach komunikacji miejskiej	Uwaga nieuwzględniona. Zakaz ekspozycji reklam na autobusach i pojazdach komunikacji miejskiej byłby przekroczeniem upoważnienia ustawowego (podobnie np. nie jest możliwe obejmowanie regulacjami tzw. „reklamy obnoszonej”) - całość regulacji uchwały obejmować ma zasady rozmieszczenia reklam na określonym obszarze gminy, a zatem zakres przedmiotowy uchwały odnosi się do poszczególnych nieruchomości, na których są one lokalizowane. Brak jest natomiast podstaw do dokonywania regulacji odnoszących się do reklamy, która nie jest lokalizowana na danym terenie, lecz która przemieszcza się wraz z obiektem, na którym została zamieszczona, a więc ma charakter mobilny.
3	26.07.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	Po pierwsze w projekcie uchwały jest par. 4 pkt 1. ust 18 - Neon. Wskazuje iż obecnie dostępna są neony ledowe których w uchwale poza domysłem, iż jest to nieprecyzyjne potraktowanie sprawy. Brak rozdziału opisującego właścicieli danych nieruchomości reklamujących szyldami własną działalność gospodarczą, do tego dorzucam że mapa graficzna z sektorami jest absolutnie nieczytelna więc co można konsultować nie wiedząc w której strefie się znajduje.	Uwaga nieuwzględniona. Dopuszczenie urządzenia reklamowego w postaci neonu, zdefiniowanego w § 4 ust. 1 pkt 18, ma głównie na celu stworzenie możliwości odtworzenia historycznych kieleckich neonów według pierwowzorów na archiwalnych materiałach graficznych, jako działanie postulowane przez wiele lokalnych środowisk (§ 5 ust. 5 pkt 1 projektu uchwały). Neony ledowe posiadają inną wizualną charakterystykę od ww. oryginalnych pierwowzorów, dlatego nie znalazły się w definicji § 4 ust. 1 pkt 18. Uwaga o „braku rozdziału opisującego właścicieli danych nieruchomości reklamującymi szyldami własną działalność gospodarczą” jest niezrozumiała – regulacje dotyczące szyldów znajdują się w Rozdziale III projektu uchwały p.n. „Szyldy”, od § 6 do § 8 (str. 10÷14). Trudno się zgodzić z uwagą, że Załącznik graficzny nr 2 jako „rysunek granic stref” jest nieczytelny – jest on sporządzony z dokładnością geodezyjną na mapie cyfrowej, a wszelkie ewentualne wątpliwości można rozstrzygnąć analizując wersję cyfrową.
4	26.07.2021 r. 31.08.2021 r. 22.09.2021 r.	D.K. (osoba fizyczna)	Propozycja, aby w strefie „A” wszystkie szyldy były monochromatyczne	Uwaga nieuwzględniona. Koncepcja, aby wszystkie szyldy w strukturach zabytkowych były monochromatyczne jest kontrowersyjna i zbyt daleko idąca. Eliminacja barw z krajobrazu miejskiego jest niecelowa, a problematyka ład przestrzennego i wizualnej estetyki oraz tzw. „porządku” krajobrazu miasta jest uzależniona od wielu czynników, wśród których kolorystyka nie jest elementem decydującym. Ładu przestrzennego nie należy utożsamiać z unifikacją jego elementów, także pod względem kolorystycznym – o atrakcyjności krajobrazu kulturowego stanowi jego różnorodność, także barwna. W kwestii uporządkowania wizualnego tablic i urządzeń reklamowych w krajobrazie miejskim decydujące jest ich prawidłowe wkomponowanie w ten krajobraz, rozmieszczenie w sposób harmonijny z pozostałymi elementami tego krajobrazu, kolorystyka tablic jest drugorzędna.

5	31.07.2021 r.	A.S. (osoba fizyczna)	Proponuję likwidację i zakaz umieszczania w obrębie miasta reklam na wysokich słupach jak np. reklama media markt przy ul Radomskiej dominująca nad horyzontem i zakłócająca naturalny krajobraz.	Uwaga uwzględniona częściowo. Zasady i warunki dla urządzeń reklamowych w formie totემów (definicja w § 4 pkt 46 – „wolnostojące, trwale związane z gruntem pionowe urządzenie w formie słupa lub pionowej konstrukcji, na którym w górnej części, powyżej 2/5 całkowitej wysokości, usytuowana jest treść reklamowa lub informacyjna”) uregulowane są w § 11 ust. 7; dopuszczone one są tylko w strefach „B” i „C”, limitowana jest ich ilość, minimalna wzajemna odległość (150 m) i przede wszystkim dopuszczalna maksymalna wysokość – w strefie „B” 9,0 m, w strefie „C” 15,0 m. Ograniczono zatem przede wszystkim w sposób istotny dopuszczalną wysokość tego typu urządzeń reklamowych w stosunku do obiektów istniejących w granicach miasta (m.in. przy ulicy Radomskiej), których obecna wysokość wynosi ok. 20,0 m±25,0 m. Ww. istniejące obiekty będą musiały podlegać dostosowaniu do ww. przepisów projektu uchwały. Częściowe uwzględnienie uwagi nie wymaga w tym zakresie zmiany projektu uchwały.
6	03.09.2021 r.	A.M. (osoba fizyczna)	§ 5 ust. 1 lit. d) dopuszcza powierzchnię reklamową na obiekcie budowlanym wynoszącą 70% - takie „ograniczenie” jest w istocie dopuszczeniem do dalszego oszpecania miasta, jeśli każdy budynek na ścianie szczytowej będzie miał 70% reklam, to po co nam uchwała krajobrazowa?	Uwaga nieuwzględniona. Dopuszczenie łącznej powierzchni ekspozycji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w wielkości do 70% powierzchni elewacji dotyczy wyłącznie obiektów położonych w granicach stref „B” i „C” i wyłącznie ścian szczytowych budynków bez okien, z oknami wyłącznie klatek schodowych oraz o łącznej powierzchni okien nie przekraczających 5% powierzchni całkowitej elewacji ściany szczytowej. należy zwrócić uwagę, że dodatkowe regulacje tej kwestii (które należy rozpatrywać łącznie) znajdują się także w § 9 ust. 5 pkt 2 (dla stref „B” i „C” dopuszcza się sytuowanie na ścianach szczytowych maksymalnie dwóch tablic reklamowych formatu średniego (od 3,0 m ² do 9,0 m ²) lub dużego (od 9,0 m ² do 18,0 m ²) albo wyłącznie jednej tablicy reklamowej formatu wielkiego (powyżej 18,0 m ²) a także w przypadku sytuowania więcej niż jednego nośnika nakazuje się zastosowanie nośników o identycznym formacie, w jednakowym dla wszystkich równoległym układzie pionowym [kolumnie] lub poziomym [rzędzie] z odpowiednimi krawędziami nośników usytuowanymi wzdłuż jednej linii, z zakazem sytuowania dolnej krawędzi nośników na wysokości mniejszej niż 3,0 m nad poziomem terenu). Ww. warunki i zasady zapewniają podstawowy porządek rozmieszczenia reklam na ścianach szczytowych budynków oraz poważnie limitują możliwości ich sytuowania. Odrębne warunki

				sytuowania tablic reklamowych na ścianach szczytowych (w odniesieniu do pozostałych elewacji budynku) wynikają z licznych postulatów wspólnot mieszkaniowych, dla których przychody z reklam umieszczonych na takich ścianach stanowią poważne źródło finansowania remontów oraz zagospodarowania terenu, a przedstawione wyżej łączne warunki i zasady zapobiegają reklamowemu chaosowi i gwarantują estetyczne uporządkowanie nośników. Jak wskazano w uzasadnieniu do projektu uchwały, celem wprowadzanych przepisów nie jest eliminacja tablic i urządzeń reklamowych z przestrzeni miasta, a ich estetyczne wizualne uporządkowanie i zharmonizowanie.
7	17.09.2021 r.	A.D. (osoba fizyczna)	1. Należy zakazać reklam wielkoformatowych oraz wyświetlanych w formie led. 2. Reklamy led rozpraszają kierowców i stanowią zagrożenie bezpieczeństwa, szczególnie dziwi, że Miasto zezwoliło na takie reklamy na przystankach miejskich. 3. Zakazać grodzenia budynków wielorodzinnych oraz osiedli. Pozwalać ewentualnie na ogrodzenie typu żywopłot. to co się stało n.p. na Czarnowie jest karygodne. poprzecinane drogi, chodniki, itp.	Uwaga uwzględniona częściowo. Sytuowanie reklam wielkoformatowych (format wielki powyżej 18,0 m² lub nośnik reklamowy typu R4 do 48,0 m² o wymiarach 12 m x 3 m lub 12 x 4 m) w przepisach projektu uchwały jest mocno ograniczone – format wielki wyłącznie na ścianach szczytowych pozbawionych otworów okiennych, wolnostojący nośnik typu R4 wyłącznie wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej. W § 4 pkt 42 zdefiniowano „szyld zmienny” jako szyld w postaci wyświetlacza elektronicznego umożliwiający zdalną zmianę treści przekazu informacyjnego. Zgodnie z § 5 ust. 3 pkt. 12 w strefach „A”, „B” i „D” zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zmiennych oraz szyldów zmiennych za wyjątkiem wyświetlaczy informujących o cenach paliw, stanu miejsc parkingowych i nośników Kieleckiego Informatora Społecznego w rejonie przystanków transportu zbiorowego. Tablice reklamowe zmienne dopuszczone są wyłącznie w strefie „C”. Nie podziela się tezy, że wyświetlacze LED zlokalizowane w rejonie przystanków komunikacji zbiorowej stwarzają zagrożenie bezpieczeństwa – m.in. wyświetlacze kursów autobusów nie stwarzają żadnego zagrożenia i są bardzo dobrze przyjęte przez mieszkańców. W kwestii bezpieczeństwa odpowiednie regulacje zawarte są w przepisach odrębnych. W § 14 ust. 2 projektu uchwały zakazuje się grodzenia nieruchomości na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne zawierające w jednym budynku więcej niż 5 lokali mieszkalnych – dopuszcza się wyłącznie ogrodzenie w formie zwartego żywopłotu o wysokości do 0,8 m.

				Jak wskazano w uzasadnieniu do projektu uchwały, celem wprowadzanych przepisów nie jest eliminacja tablic i urządzeń reklamowych z przestrzeni miasta, a ich estetyczne wizualne uporządkowanie i zharmonizowanie. Częściowe uwzględnienie uwagi nie wymaga w tym zakresie zmiany projektu uchwały.
8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	1. Zróżnicowanie miasta na strefy powoduje, że każdy sklep LIDL w Kielcach będzie musiał dostosować się do innych wymogów, tzn. wizualizacje reklamowe i ich umiejscowienie na budynku oraz w okolicy sklepu będzie się różniło w zależności od danej strefy – będzie to generowało dodatkowe niepotrzebne koszty po stronie spółki.	Uwaga nieuwzględniona. Ustawowe upoważnienie do podziału miasta na strefy o zróżnicowanych regulacjach dotyczących zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych (art. 37a ust. 6 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym) jest bardzo racjonalne i ma głębokie uzasadnienie przestrzenne. Jest pod względem krajobrazowym oczywiste, że odmienne regulacje winny dotyczyć struktur zabytkowych, mieszkaniowych, usługowych i przemysłowych, w zależności od funkcji i cech danej struktury urbanistycznej, w szczególności w ekspozycjach w widokach perspektywicznych z przestrzeni publicznej. Nie jest przy tym możliwe i celowe zwolnienie z ww. zróżnicowanych rygorów podmiotów tzw. „sieciowych”, z których każdy ma własne odmienne standardy reklamy wizualnej.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	2. Nie jest zrozumiałe, czy § 5 ust. 3 pkt 1 zakazuje lokalizacji wszystkich tablic reklamowych czy tylko tablic reklamowych w formie banerów; nie ma odwołania do definicji zawartych na wstępie	Uwaga nieuwzględniona. Treść przepisu § 5 ust. 3 pkt 1 jednoznacznie zakazuje sytuowania tablic reklamowych w formie banerów reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów reklamowych – zatem nie formułuje się w tym przepisie zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż w formie banerów reklamowych. Pojęcie „baner reklamowy” jest zdefiniowane w § 4 ust. 1 pkt 1 – każdorazowe odwoływanie się do definicji zawartych na wstępie aktu prawnego nie jest stosowane w zasadach techniki prawodawczej.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	3. Nie jest jednoznaczne, w jaki sposób mają być umieszczane tablice reklamowe przy ulicy na działkach prywatnych, jednoznaczny zakaz jest sformułowany dla nieruchomości z budynkami wpisanymi do rejestru zabytków	Uwaga nieuwzględniona. Jednoznaczne zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zawarte są w Rozdziale V „Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe nie będące sztyldami” (§ 11 i § 12) – dotyczą one nie tylko nośników umieszczanych w pasach drogowych, ale także sytuowanych wzdłuż pasów drogowych (bez rozróżniania stanu władania), a więc dotyczą także działek prywatnych sytuowanych wzdłuż dróg publicznych (m.in. standaryzacja wymiarów nośników, zróżnicowanie zasad i warunków w zależności od kategorii przyległej drogi publicznej, określenie minimalnych wzajemnych odległości).

cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	4. Przy lokalizacji należy uwzględnić § 12 określający zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących sztyldami w formie nośników reklamowych (§ 4 ust. 11 pkt 21 definiuje nośnik reklamowy typ R1 minimalne 5,4 mx2,7 m i maksymalne 6,6 mx3,3 m. Prośba o dopuszczenie nośnika typu R3 o wym. 5,04x2,38 m tzn. zwiększenie możliwej tolerancji wymiarów nośników z 10% do 30%	Uwaga nieuwzględniona. Standaryzacja wymiarów wolnostojących tablic reklamowych sytuowanych w pasach drogowych dróg publicznych oraz wzdłuż dróg publicznych jest jednym z kluczowych warunków dla osiągnięcia w tym zakresie ładu przestrzennego w krajobrazie miasta. Dotychczasowa całkowita dowolność w zakresie wymiarów i kształtu wolnostojących tablic reklamowych jest jednym z głównych powodów istniejącego chaosu reklamowego w krajobrazie miasta, w szczególności w strefach wzdłuż dróg publicznych – dlatego w projekcie uchwały zdefiniowano cztery typy wolnostojących tablic reklamowych (R1, R2, R3, R4) z precyzyjnie określonymi wymiarami i powierzchniami, z dopuszczalną tolerancją każdego z wymiarów o maksimum 10% (zarówno „w górę”, jak i „w dół”). Jest to bardzo wysoka wartość tolerancji wymiarowej, bo w efekcie mogą powstać w ramach jednego typu tablice różniące się wymiarami liniowymi o 20%. Zwiększenie bazowej tolerancji wymiarowej do aż 30% byłoby zaprzeczeniem intencji i celu wprowadzenia standaryzacji wymiarowej, bo w efekcie mogłyby powstawać tablice o praktycznie dowolnych proporcjach i wymiarach i ład przestrzenny w tym zakresie nie zostałby osiągnięty. Z uwagi na fakt, że poszczególne podmioty posiadały do tej pory różne wewnętrzne standardy wymiarowe produkowanych tablic reklamowych, nie jest możliwe uwzględnienie każdego z tych standardów z osobna; przyjęte cztery typy standardowych nośników wpisują się w ogólną „średnią” stosowanych dotąd typów gabarytowych dla reklam wolnostojących.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	5. Prośba o zapis zezwalający na sytuowanie tablic reklamowych na murach oporowych (zakaz: § 5 ust. 3 pkt 2)	Uwaga nieuwzględniona. Sformułowany w § 5 ust. 3 pkt 2 zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – z wyłączeniem sztyldów – na ogrodzeniach, tymczasowych obiektach budowlanych, obiektach małej architektury, śmietnikach, toaletach miejskich, balustradach, dachach, murach, konstrukcjach oporowych oraz na obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej jest jednym z głównych warunków dla osiągnięcia ładu przestrzennego i estetyki krajobrazu miasta. Dotychczasowa dowolność w zakresie sytuowania tablic reklamowych, w tym w wielu przypadkach sytuowania na wyżej wymienionych obiektach i budowlach, jest jedną z głównych przyczyn istniejącego chaosu reklamowego i dysharmonii krajobrazu miasta. Przestrzeń miejska jest na tyle duża, że pomieści treści

				reklamowe bez potrzeby sytuowania ich na budowlach i obiektach infrastruktury technicznej, murach oporowych, ogrodzeniach, balustradach itp. Podkreśla się przy tym, że przedmiotowy zakaz nie dotyczy szyldów.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	6. § 5 ust. 3 pkt 2 zakazuje sytuowania tablic reklamowych (z wyłączeniem szyldów) na ogrodzeniach, § 10 ust. 1 zakazuje sytuowania tablic reklamowych (z wyłączeniem szyldów) na ogrodzeniach w strefie A, B i D. Prośba o doszczegółowienie, czy należy stosować ustalenia szczegółowe dla danej strefy.	Uwaga nieuwzględniona. W przywołanych przepisach projektu uchwały nie znajduje się żadnych sprzeczności logicznych czy niejasności – rozpatrywane łącznie zakazują sytuowania tablic reklamowych (z wyłączeniem szyldów) na ogrodzeniach we wszystkich strefach za wyjątkiem strefy „C”, gdzie lokalizacja tablic reklamowych nie będących szyldami jest dopuszczona na warunkach określonych w § 10 ust. 2. W przywołanym na wstępie niniejszej uwagi przepisie § 5 ust. 3 pkt 2 jest przywołane odniesienie do przepisu § 10 ust. 2, stanowiącym dla strefy „C” odstępstwo od ogólnego zakazu.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	7. § 9 ust. 5 dopuszcza stosowanie tablic reklamowych na elewacji w obrębie parteru, pod warunkami: dla strefy „B” łączna powierzchnia nie przekroczy 30% pow. elewacji, zlokalizowane są w obrębie jednego poziomego pasa na wysokości nie mniejszej niż 2,0 m nad poziomem terenu, posiadają jednakowe formaty i powierzchnia jednego nośnika ekspozycyjnego nie przekracza 3,0 m ² . Natomiast wg § 5 ust. 1 lit. a) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z uwzględnieniem szyldów nie może przekroczyć 20% w strefie „B” - § 9 ust. 5 pkt 4 stoi z nim w sprzeczności	Uwaga nieuwzględniona. Przywołane przepisy § 5 ust. 1 lit. „a” oraz § 9 ust. 5 pkt 4 nie stoją w sprzeczności logicznej, ponieważ przepis § 5 ust. 1 lit. „a” ustala limit łącznej powierzchni tablic reklamowych w maksymalnej wielkości 20% powierzchni całkowitej elewacji, zaś przepis § 9 ust. 5 pkt 4 ustala limit łącznej powierzchni tablic reklamowych w wielkości maksymalnie 30% w odniesieniu wyłącznie do powierzchni „obrębu parteru”. Pojęcie „obrębu parteru” zdefiniowane zostało w § 4 ust. 1 pkt 23 projektu uchwały jako „część elewacji budynku znajdująca się pomiędzy poziomem terenu a dolną krawędzią gzymsu dzielącego kondygnację przyziemia do kondygnacji 1 piętra lub w przypadku barku gzymsu – rzędną górnej płaszczyzny stropu zlokalizowanego bezpośrednio nad kondygnacją przyziemia”. Limit łącznego udziału powierzchni tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w odniesieniu do powierzchni „obrębu parteru” w strefie „B” w wielkości maksimum 30% tej powierzchni sformułowany jest (poza przepisem § 9 ust. 5 pkt 4) także w § 5 ust. 3 pkt 15 lit. „c”. Wobec konstrukcji i wzajemnych relacji ww. przepisów oczywistym jest, że jedynym celem przepisu § 5 ust. 1 lit. „a” jest redukcja tablic i urządzeń reklamowych na kondygnacjach powyżej parteru (odniesienie do powierzchni całkowitej całej elewacji rozpatrywanej łącznie z parterem), zaś o ile budynek jest wyłącznie parterowy, zastosowanie mają przepisy § 5 ust. 3 pkt 15 lit. „c” i § 9 ust. 5 pkt 4 (30%).
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	8. § 9 ust. 6 dopuszcza w strefie „C” stosowanie tablic reklamowych na elewacji w obrębie parteru, pod warunkami: w strefie „C” łączna ich powierzchnia nie przekroczy 40% powierzchni elewacji, zlokalizowane są w obrębie jednego poziomego pasa, posiadają	Uwaga nieuwzględniona. Zdefiniowane w § 4 ust. 11 pkt 21 pojęcie nośnika reklamowego typu R3 wyraźnie stanowi, że jest to tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe wolnostojące – ma to potwierdzenie w przepisach Rozdziału V „Tablice reklamowe i urządzenia wolnostojące nie będące szyldami”. Zatem pojęcie nośnika reklamowego typu R3 nie ma żadnego zastosowania w odniesieniu do tablic reklamowych sytuowanych na

		jednakowe formaty, powierzchnia jednego nośnika nie przekracza 12,0 m². § 4 ust. 11 pkt 21 definiuje wymogi dla nośnika reklamowego typu R3. Prośba o zapis zezwalający na usytuowanie nośnika R3 o wym. 4,32 m x 2,32 m, tj. dopuszczenie tolerancji zmiany wymiarów liniowych do 30% (propozycja zapisu)	elewacjach budynków (co sugeruje pierwsza część uwagi). Co do zasady, przepisy projektu uchwały nie standaryzują wymiarów/proporcji dla tablic reklamowych (włączając szyldy) sytuowanych na elewacjach budynków, ograniczając się do warunków zapewniających spójność estetyczną zbioru tablic reklamowych na elewacji budynku w postaci spójnych estetycznie pasów lub kolumn z odpowiednio jednakową wysokością lub szerokością (jedynym warunkiem parametrycznym jest nieprzekroczenie 12,0 m² powierzchni pojedynczego nośnika). Brak jest w § 9 ust. 6 przywołanego w uwadze warunku jednakowych formatów tablic reklamowych. Dodatkowo podkreślić należy, że przepis § 9 ust. 6 pkt 5 dopuszcza nośniki o powierzchni ekspozycyjnej do 18,0 m² powyżej parteru oraz nośniki formatu wielkiego (§ 4 ust. 1 pkt 8) o powierzchni ekspozycyjnej powyżej 18,0 m². Także, wydaje się, że nie ma przeszkód aby stosowane przez Lidl tablice reklamowe lokalizowane na dłuższej ścianie frontowej informujące o działalności i produktach oferowanych na miejscu zakwalifikować jako szyldy. Niezależnie od powyższego, postulat dopuszczenia tolerancji zmiany wymiarów liniowych nośnika typu R3 do 30% nie znajduje aprobaty. Standaryzacja wymiarów wolnostojących tablic reklamowych sytuowanych w pasach drogowych dróg publicznych oraz wzdłuż dróg publicznych jest jednym z kluczowych warunków dla osiągnięcia w tym zakresie ład przestrzennego w krajobrazie miasta. Dotychczasowa całkowita dowolność w zakresie wymiarów i kształtu wolnostojących tablic reklamowych jest jednym z głównych powodów istniejącego chaosu reklamowego w krajobrazie miasta, w szczególności w strefach wzdłuż dróg publicznych – dlatego w projekcie uchwały zdefiniowano cztery typy wolnostojących tablic reklamowych (R1, R2, R3, R4) z precyzyjnie określonymi wymiarami i powierzchniami, z dopuszczalną tolerancją każdego z wymiarów o maksimum 10% (zarówno „w górę”, jak i „w dół”). Jest to bardzo wysoka wartość tolerancji wymiarowej, bo w efekcie mogą powstać w ramach jednego typu tablice różniące się wymiarami liniowymi o 20%. Zwiększenie bazowej tolerancji wymiarowej do aż 30% byłoby zaprzeczeniem intencji i celu wprowadzenia standaryzacji wymiarowej, bo w efekcie mogłyby powstawać tablice o praktycznie dowolnych proporcjach i wymiarach i ład przestrzenny w tym zakresie nie zostałby osiągnięty. Z uwagi na fakt, że poszczególne podmioty posiadały do tej pory różne wewnętrzne standardy wymiarowe produkowanych tablic reklamowych, nie jest możliwe uwzględnienie każdego z tych standardów z osobna; przyjęte cztery typy standardowych nośników
--	--	--	--

				wpisują się w ogólną „średnią” stosowanych dotąd typów gabarytowych dla reklam wolnostojących.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	9. Prośba o uwzględnienie zapisu zezwalającego na maksymalną powierzchnię pojedynczego nośnika 10 m ² w strefie „B” (§ 9 ust. 5 pkt 6)	Uwaga nieuwzględniona. Przepis § 9 ust. 5 pkt 6 ustala powierzchnię ekspozycyjną pojedynczej tablicy reklamowej nie będącej szyldem w strefie „B” w maksymalnej wielkości 3,0 m ² , przy czym co do zasady na budynkach nie limituje się ilości takich tablic, ograniczając się wyłącznie do warunków lokalizowania ich w spójnych estetycznie pasach lub kolumnach oraz do określenia maksymalnie dopuszczalnego udziału procentowego tablic reklamowych w odniesieniu do powierzchni elewacji. W strefie „B”, która stanowi zdecydowaną większość powierzchni miasta, w imię ładu przestrzennego i estetyki zdecydowano się na limit powierzchniowy pojedynczej tablicy reklamowej nie będącej szyldem sytuowanej na budynkach innych niż mieszkalne do maksymalnie 3,0 m ² z uwagi na fakt, że nie zawierają się w niej obszary o dominujących funkcjach gospodarczych (przemysł, bazy, składy), obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² oraz obszary obiektów oraz urządzeń sportowych, które stanowią strefę „C” z najbardziej liberalnymi przepisami. Konstrukcja strefowania ustalona w Załączniku nr 2 do projektu uchwały przyporządkowuje do strefy „C” nawet lokalne niewielkie osiedlowe centra handlowo-usługowe jako przestrzenie predysponowane do intensywnej komercyjnej reklamy wizualnej. W strefie „B”, gdzie obiekty usługowo-handlowe występują pojedynczo i sporadycznie, najczęściej w ramach struktur o funkcji mieszkaniowej, założeniem dla uzyskania ładu przestrzennego i estetyki krajobrazu środowiska mieszkaniowego świadomie zdecydowano o maksymalnej powierzchni pojedynczego nośnika nie będącego szyldem w wielkości maksimum 3,0 m ² (bez limitów ilościowych i formatowych), co wydaje się powierzchnią stosunkowo dużą i wystarczającą w warunkach środowiska mieszkaniowego dla skuteczności marketingu wizualnego. Z uwagi na fakt, że nie jest możliwe podmiotowe różnicowanie przedmiotowych regulacji, dopuszczenie w strefie „B” tablic reklamowych nie będących szyldami o powierzchni 10,0 m ² zniweczyłoby zasadniczy cel projektu uchwały, jakim jest redukcja chaosu i krzykliwości reklamowej oraz uporządkowanie i zharmonizowanie nośników reklamowych z krajobrazem m.in. środowisk o głównej funkcji mieszkaniowej.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k.	10. Prośba o uwzględnienie zapisu zezwalającego na rozmieszczenie tablic	Uwaga nieuwzględniona. W strefie „B”, która stanowi zdecydowaną większość powierzchni miasta, w imię ładu przestrzennego i estetyki

	10.09.2021 r.	J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	reklamowych na wysokości nie mniejszej niż 0,6 m (§ 9 ust. 5 pkt 5 lit. a) – z uwzględnieniem zapisów § 5 ust. 4 pkt 3 lit. a)).	zdecydowano się na dopuszczenie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami w obrębie elewacji m.in. w obszarze jednego poziomego pasa wyłącznie w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg na wysokości nie mniejszej niż 2,0 m nad poziomem terenu – jest to warunek, który przy uwzględnieniu przepisu § 5 ust. 4 pkt 3 lit. „a” (sytuowanie w pasie wzdłuż osi o orientacji poziomej przy zastosowaniu jednakowej wysokości nośników oraz sytuowaniu krawędzi poziomych tych nośników wzdłuż jednej linii) gwarantuje realizację zbioru tablic reklamowych (nie będących szyldami) w obrębie rodzaju „pasa reklamowego” elewacji zlokalizowanego w górnej części parteru (lub wyżej), z pozostawieniem zasadniczej dolnej części kondygnacji przyziemia (do wysokości 2,0 m) jako wolnej od tablic reklamowych nie będących szyldami. Pozostawienie w strefie „B” dolnej parterowej części elewacji jako wolnej od tablic reklamowych dotyczy także szyldów (§ 6 ust. 4 pkt 1) i jest uzasadniona tym, że jest to część elewacji najbardziej eksponowana wizualnie z perspektywy człowieka/obserwatora i powinna być wolna od tablic reklamowych, które bez żadnych przeszkód mogą być tradycyjnie sytuowane powyżej. Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych na wysokości 0,6 m od poziomu terenu na każdym budynku w strefie „B” (brak możliwości różnicowania podmiotowego regulacji) skutkowałoby pokryciem najbardziej eksponowanej części elewacji budynku (tj. tożsamej z wysokością człowieka) nośnikami reklamowymi, co stanowiłoby zaprzeczenie celu w jakim tworzone są przedmiotowe przepisy, jakim jest redukcja chaosu i krzykliwości reklamowej oraz uporządkowanie i zharmonizowanie nośników reklamowych z krajobrazem m.in. środowisk o głównej funkcji mieszkaniowej (strefa B”). Tego typu działanie, na określonych warunkach, możliwe jest wyłącznie w wyznaczonej strefie „C” koncentracji funkcji gospodarczych i handlowo-usługowych.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	11. § 6 ust. 5 dopuszcza stosowanie szyldów na elewacjach powyżej górnej krawędzi elewacji w formie znaków bez tła lub kasetonów przedstawiających wyłącznie logo – wyłącznie dla budynków użyteczności publicznej nie będących zabytkami. Definicja pasa reklamowego nie jest w tej kwestii precyzyjna.	Uwaga nieuwzględniona. Definicja „pasa reklamowego” zawarta jest w § ust. 1 pkt 26 jako „część elewacji parteru budynku zawierająca się pomiędzy górną krawędzią witryn (otworów okiennych i drzwiowych) w kondygnacji przyziemia a linią wyznaczoną przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację (np. gzyms), przy czym w przypadku braku ww. elementu (np. gzymsu) za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć linię wyznaczoną przez dolną krawędź najniższej położonego elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, detal architektoniczny) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów, zaś w

				przypadku obiektów parterowych za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć górną krawędź elewacji”. Wyżej przytoczona definicja pasa reklamowego jest precyzyjna i co do zasady dotyczy kondygnacji parterowej – brak jest zatem powiązania tej definicji z przepisami § 6 ust. 5 dopuszczającymi na określonych warunkach sytuowanie szyldów powyżej obrębu parteru (w tym szyldów, których górną krawędź usytuowana jest powyżej górnej krawędzi elewacji). W sformułowanym w § 6 ust. 4 zakaz sytuowania szyldów powyżej parteru jest zapis o uwzględnieniu przy tym przepisów § ust. 2, ust. 5 pkt 1,2,4,6 oraz budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w § 6 ust. 5.
			12. § 7 reguluje kwestie stosowania szyldów typu kaseton, występuje w tym przypadku różnica pomiędzy obiektami zlokalizowanymi w różnych strefach. Dla strefy „B” szyld tylko w pasie reklamowym z uwzgl. § 6 ust. 5, o max. Wysokości 0,7 m, powierzchni 1,5 m² i grubości 0,2 m. Dla strefy „C” o max. wysokości 1,5 m, powierzchni 3,0 m² i grubości 0,3 m. Jednak w przypadku szyldów typu kaseton dla budynków użyteczności publicznej zapisy znajdują się w § 6 ust. 5 (pkt 4) określa dozwolone wymiary szyldów równoległych o orientacji poziomej lub pionowej w odniesieniu do wysokości elewacji. Problem stwarza przyporządkowanie do któregoś z ww. kategorii logo spółki o wym. 1,5x1,5m lub 2,5x2,5 m. Zapis „z uwzględnieniem § 6 ust. 5 uchwały” nie pozwala jednoznacznie stwierdzić, czy w przypadku szyldu równoległego powyżej obrębu parteru dla budynku użyteczności publicznej należy stosować się do zapisów § 6 ust. 5 czy należy jednocześnie stosować się do zapisów § 7.	Uwaga nieuwzględniona. Zastosowane w przepisach § 7 (ust. 1 pkt 1 lit. „a”, ust. 1 pkt 2 lit. „a” oraz ust. 3 pkt 1 lit. „a”) sformułowanie: „za wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, dla których ustalenia w tym zakresie zawarte są w § 6 ust. 5” stanowi jednoznacznie, że w zakresie sytuowania kasetonów/szyldów równoległych powyżej obrębu parteru dla budynków użyteczności publicznej (potraktowanych odrębnie od wszystkich możliwych pozostałych budynków nie będących budynkami użyteczności publicznej) należy uwzględniać i stosować przepisy § 6 ust. 5, z pominięciem regulacji § 7.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	13. Prośba o uwzględnienie zapisów dopuszczających lokalizację szyldów równoległych powyżej obrębu parteru dla budynków użyteczności publicznej o wys. 2,5 m	Uwaga nieuwzględniona. Sytuowanie szyldów powyżej obrębu parteru (tj. na wyższych kondygnacjach, poza tradycyjnym pasem reklamowym w górnej części kondygnacji parteru lub ponad górną krawędzią elewacji) jest obciążone dużym ryzykiem dysharmonii w relacjach z kompozycją

			we wszystkich strefach (propozycja zapisów § 6 ust. 5 pkt 4).	architektoniczną fasady – dla zniwelowania tego ryzyka ustalono m.in. zasadę dotyczącą gabarytów wysokościowych tablicy reklamowej, uzależniając je proporcjonalnie od wysokości elewacji budynku oraz od lokalizacyjnych stref; zastosowanie proporcjonalnych gabarytów w zależności od wysokości elewacji zapewnia podstawową równowagę kompozycyjną tablicy reklamowej z fasadą. Dopuszczenie lokalizacji tablic reklamowych o wysokości 2,5 m ponad obrębem parteru na wszystkich budynkach użyteczności publicznej we wszystkich strefach, niezależnie od gabarytów elewacji samego budynku, skutkowałoby w efekcie niepożądanymi pod kątem estetyki i ładu przestrzennego rozwiązaniami, gdzie gabaryt szyldu realizowany jest w całkowitym oderwaniu od gabarytu budynku - rezygnacja z wzajemnej harmonizacji proporcji fasady budynku i szyldu byłaby zaprzeczeniem celu wprowadzanych przepisów, jakim jest ład przestrzenny, harmonijny krajobraz i podstawowa estetyka wizualna tablic reklamowych w relacjach z tłem, na którym są sytuowane. Przepisy tego typu, uzależniające gabaryty tablic reklamowych od gabarytów budynku na którym mają być sytuowane, są zawarte w większości przyjętych dotychczas w miastach uchwał tzw. „krajobrazowych”.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	14. § 7 – prośba o uwzględnienie zapisu zezwalającego na umieszczenie stosowanych na elewacjach budynków szyldów o wymiarach 2,5x2,5 m. Nie jest całkowicie jasne, czy przedmiotowe szyldy mogą być umieszczane w strefie trójkątnego szczytu elewacji, czy tylko w pasie pomiędzy górną krawędzią witryn i linią okapu (propozycja zapisów § 7 ust. 1 pkt 1-3).	Uwaga nieuwzględniona. Dopuszczenie sytuowania na elewacjach budynków szyldów o stosunkowo dużym gabarycie 2,5 m x 2,5 m bez jakichkolwiek innych warunków, w oderwaniu od gabarytów i kompozycji fasad samych budynków, skutkowałoby powstaniem chaosu reklamowego i często rażących dysproporcji w kompozycyjnych relacjach fasad budynków i umieszczonych na nich szyldów – pod tym względem uzależnienie gabarytów i proporcji szyldów od gabarytów i proporcji budynku na którym mają być umieszczone jest racjonalne i gwarantujące podstawową harmonizację elementów krajobrazu kulturowego. Przedmiotowe szyldy mogą być umieszczane w strefie trójkątnego szczytu elewacji (przy spełnieniu warunków szczegółowych), nie znajduje się w projekcie uchwały przepisów, które by tego zakazywały. Ponadto zwraca się uwagę na zawartą w § 4 ust. 1 pkt. 26 lit. „b” definicję pasa reklamowego, gdzie „w przypadku obiektów parterowych za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć górną krawędź elewacji”, gdzie w przypadku trójkątnego szczytu za górną krawędź elewacji

				należy przyjąć górne krawędzie pokrycia dachowego; podobnie w takim przypadku wysokość elewacji szczytowej będzie tożsama z wysokością kalenicy dachu.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	15. Wątpliwości interpretacyjne – biorąc pod uwagę zapisy rozdziału IV uchwały, odnoszące się do kwestii urządzeń reklamowych na elewacjach i definicji, czy logo podlega tym samym obostrzeniom co szyld (czy można uznać logo Spółki jako szyld? W przypadku odmiennej interpretacji prośba o umożliwienie lokalizacji 2 szyldów w formie logo o wym. 2,5x2,5 m ponad górną krawędzią parteru.	Uwaga uwzględniona częściowo. Wyjaśnienie: logo spełnia kryteria szyldu, więc jest uznane za szyld i podlega wymaganiom projektu uchwały stawiane szyldom – Rozdział IV projektu uchwały dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych z wyłączeniem problematyki szyldów. Częściowe uwzględnienie uwagi (wyjaśnienie) nie wymaga zmiany projektu uchwały.
			16. Odnośnie szyldów naklejanych § 8 ust. 5 budzi wątpliwości interpretacyjne w kwestii definicji otworu okiennego, drzwiowego.	Uwaga nieuwzględniona. Nie wskazano, ma czym polegają wątpliwości interpretacyjne pojęcia otworu okiennego i drzwiowego. O ile wątpliwości dotyczą fragmentów elewacji przeszklonych lub całych elewacji przeszklonych - przy elewacjach całkowicie przeszklonych (lub przeszklonych w znacznym stopniu, wychodzącym poza tradycyjne otwory okienne w murze) pojedynczym otworem jest pojedynczy moduł witryny (od słupka do słupka) ograniczony profilami ujmującymi przeszklenie.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	17. Pylon z logo LIDL z godzinami otwarcia etc. w obrębie wjazdu/parkingu przy sklepie – w przypadku pylonu, pylonu zbiorczego lub pylonu wizytówkowego (w odniesieniu do pylonu o zróżnicowanej wysokości, tj. 3,0 m, 6,0 m, 7,0 m, 7,5 m, 10 m) występują trudności interpretacyjne uchwały z jednoznacznym przyporządkowaniem przedmiotowych pylonów do danej grupy (§ 7 ust. 4 wymogi dla „pylonów wizytówkowych”, § 7 ust. 5 pylony cenowe i zbiorcze, § 8 ust. 9 dopuszcza wyłącznie 1 szyld w formie pylonu/totemu na terenie 1 nieruchomości poza liczbą dopuszczoną w § 8 ust. 1-8). Prośba o uwzględnienie zapisu pozwalającego na lokalizację 2 pylonów wizytówkowych w strefie „B” oraz zapisu pozwalającego na sytuowanie szyldu na pylonie o powierzchni	Uwaga nieuwzględniona. Warunek określający sytuowanie w granicach nieruchomości maksymalnie jednego pylonu (niezależnie od strefy) został przyjęty z uwagi na fakt, że tego typu wolnostojące tablice/urządzenia reklamowe posiadają stosunkowo duże gabaryty i są w przestrzeni miejskiej bardzo eksponowane - większa ich ilość na jednej nieruchomości tworzyłaby wizualny nadmiar w zurbanizowanej, często silnie zagęszczonej strukturze miejskiej. Celem i najczęstszą motywacją sytuowania pylonu wizytówkowego jest umieszczenie na jednym wolnostojącym nośniku większej ilości szyldów poszczególnych podmiotów działających w obrębie danej nieruchomości przy założeniu, że występują trudności w ich usytuowaniu na samym budynku lub też budynek jest słabo widoczny z przestrzeni publicznej. Z uwagi na brak możliwości podmiotowego różnicowania regulacji, dopuszczenie dwóch pylonów na jednej nieruchomości w skali całego miasta stanowiłoby zaprzeczenie celu wprowadzanych przepisów, tj. wykreowania ładu estetycznego i

			0,6 m2 przy założeniu, że logo umieszczone w górnej części pylonu jest uznawane za tablice reklamową zgodnie z § 4 ust. 1 pkt 31 lit. b) plus proponowana treść § 7 ust. 4 pkt 1 oraz proponowana treść § 8 ust. 9 (dopuszczenie 2 pylonów)	jakości przestrzeni miejskiej, której istniejące negatywne cechy związane są m.in. z lokalnym nagromadzeniem w jednym miejscu dużej ilości tablic reklamowych. Nie jest też możliwe dostosowanie projektowanych przepisów do wszystkich istniejących wewnętrznych standardów w zakresie marketingu wizualnego przyjętych przez poszczególne podmioty gospodarcze. O ile przyjęta w projekcie uchwały typologia i możliwe ukształtowanie samej formy pylonu wizytówkowego, pylonu zbiorczego i totemu mogą tworzyć różnice „nieostre”, to zasady i warunki sytuowania określone odrębnie dla każdego z tych nośników są jednoznaczne i precyzyjne – od inwestora będzie zależać, jaki z ww. typów wybierze do realizacji, z konsekwencją uwzględnienia zasad i warunków dla danego typu. Umieszczenie w górnej części (zgodnie z § 4 ust. 1 pkt. 31 lit. „b” - w zwieńczeniu) pylonu wizytówkowego logo o szerokości pylonu jest dopuszczalne (tablica reklamowa w zwieńczeniu szyldu wizytówkowego nie podlega limitom powierzchniowym, może też stanowić szyld główny zgodnie z § 4 ust. 1 pkt 37).
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	18. Prośba o uwzględnienie zapisów umożliwiających lokalizację pylonu wizytówkowego wys. 6,0 m i szer. 2,1 m (w propozycji zapisów 2,5 m) w strefie „B” (proponowana treść § 7 ust. 4 pkt 2 lit c) i d)). Prośba o uwzględnienie zapisu pozwalającego na lokalizację urządzeń reklamowych (pylon) w innym położeniu niż prostopadłe lub równoległe do elementów istniejącego zagospodarowania (proponowana treść § 5 ust. 4 pkt 1 „z wyłączeniem istniejących urządzeń reklamowych”).	Uwaga nieuwzględniona. Nie jest możliwe dostosowanie projektowanych przepisów do wszystkich istniejących wewnętrznych standardów w zakresie marketingu wizualnego przyjętych przez poszczególne podmioty gospodarcze, nie jest też jasne czy wnioskuje się o wysokość 2,1 m czy 2,5 m. Ponadto wydaje się, że ustalone w projekcie uchwały gabaryty pylonu wizytówkowego dla strefy „B”, tj. maksymalna wysokość 5,0 m i maksymalna szerokość 2,0 m, niewiele się różnią od proponowanych przez składającego uwagę (odpowiednio wysokość 6,0 m, szerokość 2,1 lub 2,5 m). O ile inwestor planuje większe gabaryty, może zdecydować się na sytuowanie totemu (definicja w § 4 ust. 1 pkt 46) zgodnie z § 11 ust. 7 pkt 2, gdzie maksymalna wysokość w strefie „B” ustalona jest na 9,0 m. Sformułowany w § 5 ust. 4 pkt 1 nakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych prostopadłe lub równoległe do elementów istniejącego zagospodarowania, w szczególności osi lub krawędzi jezdni, elewacji budynków, budowli lub linii ogrodzenia ma zagwarantować w przestrzeni miejskiej podstawowy porządek – tablice reklamowe zlokalizowane pod kątem (lub różnymi kątami w zbiorze) do istniejących elementów zagospodarowania nieruchomości wprowadzają wizualny dysonans i dysharmonię w odbiorze przestrzeni, z reguły zorganizowanej w układzie ortogonalnym. O ile układ istniejącego

				zagospodarowania nieruchomości nie jest ortogonalny, warunek równoległości i prostopadłości do istniejących elementów także zapewnia podstawowy porządek we wzajemnych relacjach i estetykę przestrzeni. Przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie pozwalają na wyłączenie z obowiązku dostosowania do przepisów tablic reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały – możliwość taka jest przewidziana w ww. ustawie wyłącznie dla obiektów małej architektury i ogrodzeń (art. 37a ust. 9 i 10 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym).
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	19. Elementy informacyjne, wjazd, dostawy, miejsca dla niepełnosprawnych, rodzin z dziećmi etc. – wątpliwość, czy ww. elementy informacji wizualnej objęte są zapisami uchwały a jeśli tak, do jakiej grupy je przyporządkować.	Uwaga nieuwzględniona. Wskazane elementy informacji wizualnej dotyczące wjazdu, dostaw, miejsc dla osób niepełnosprawnych, miejsc dla rodzin z dziećmi, toalety itp., o ile nie niosą treści reklamowych zgodnie z ustawową definicją reklamy zawartą w art. 2 pkt 16a ustawy (upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne) a niosą wyłącznie informacje innych treści, nie są tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i w związku z tym nie podlegają regulacjom projektu uchwały. Jeśli jednak na przedmiotowych ww. elementach informacji wizualnej znajdują się jakiegokolwiek treści odpowiadające ustawowej definicji reklamy (np. logo), będą traktowane jak tablice i urządzenia reklamowe ze wszystkimi konsekwencjami wynikającymi z ustalonych dla nich zasad i warunków sytuowania zawartych w projekcie uchwały. Zwraca się uwagę na zdefiniowane w § 4 ust. 1 pkt 43 pojęcie „tablicy dojazdowej” jako „jedno- lub dwustronna tablica o maksymalnych wymiarach szerokości i wysokości odpowiednio 1 m x 1,2 m, przedstawiająca jedynie informację graficzną o kierunku jazdy i odległości do reklamującego się podmiotu oraz jego logo/logotyp i nazwę” – warunki sytuowania tablic dojazdowych określają § 11 ust. 4 pkt 3 i ust. 8 projektu uchwały.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	20. Tablice reklamowe i informacyjne instalowane w trakcie budowy - § 5 ust. 5 pkt. 4 dopuszcza sytuowanie jednej tablicy reklamowej na każdej elewacji umieszczonej wyłącznie na rusztowaniu przed elewacją, na siatce reklamowej - prośba o umożliwienie instalowania tablic reklamowych na ogrodzeniu placu budowy.	Uwaga nieuwzględniona. Jednym z najbardziej jaskrawych przejawów chaosu reklamowego w Kielcach są tablice reklamowe sytuowane m.in. na ogrodzeniach, balustradach, murach, konstrukcjach oporowych, ekranach akustycznych, tymczasowych obiektach budowlanych itp. – dlatego przepisy § 5 ust. 3 pkt 2 oraz § 10 ust. 1 projektu uchwały wprowadzają zakaz sytuowania tablic reklamowych nie będących sztyldami m.in. na ogrodzeniach (także ogrodzeniach stałych), czyniąc wyjątek wyłącznie dla strefy „C” na warunkach określonych w § 10 ust. 2. Skoro co do zasady zakazano

				sytuowania tablic reklamowych na ogrodzeniach stałych, konsekwentnie nie przewiduje się ich sytuowania na ogrodzeniach placu budowy i innych obiektach tymczasowych.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	21. Tablice dojazdowe – § 4 ust. 1 pkt 43 uchwały zezwala na sytuowanie tablic dojazdowych o wymiarach max. 1,2x1,0 m. § 11 ust. 4 pkt 3 oraz § 11 ust. 8 stoją ze sobą w sprzeczności – określają min. odległość tablic dojazdowych od innych tablic odpowiednio 20 i 30 m. Prośba o ujednolicenie zapisów albo usunięcie jednego z nich.	Uwaga uwzględniona. W przedstawionym elaboracie tekstowym wkradł się oczywisty błąd redakcyjny, tzw. „klawiaturowy”; w § 11 ust. 8 powinna być taka sama wartość minimalnej odległości jak we wcześniej zapisanym przepisie w tym samym paragrafie 11 ust. 4 pkt 3, tj. 20,0 m; błąd redakcyjny w projekcie uchwały skorygowano.
cd 8	03.09.2021 r. 07.09.2021 r. 10.09.2021 r.	LIDL sp. z o.o. sp. k. J.G. – pełnomocnik LIDL sp. z o.o. sp. k.	22. Szyld naklejany, reklama naklejana – regulacje w § 7 ust. 2 pkt 1 i pkt 2. Wątpliwości interpretacyjne budzi definicja przeszklenia jednego otworu, czy pojedynczym otworem jest pojedynczy moduł witryny (od słupka do słupka) czy pojedynczym otworem jest otwór w murze. Jeśli otworem jest całkowity wymiar otworu w murze, należy uwzględnić w strefie „B” zmiany powierzchni szyldu naklejanego w obrębie 1 otworu na 1,5 m ² (proponowana treść § 7 ust. 2 pkt 1 lit. „c”).	Uwaga nieuwzględniona. Przy elewacjach całkowicie przeszklonych (lub przeszklonych w znacznym stopniu, wychodzącym poza tradycyjne otwory okienne w murze) pojedynczym otworem jest pojedynczy moduł witryny (od słupka do słupka) ograniczony profilami ujmującymi przeszklenie.
9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	1. Rozdział II § 5 ust. 3 pkt 1 i pkt 2; powinno się dopuścić sytuowanie tablic reklamowych w formie szyldów, tablic, banerów i siatek reklamowych na balkonach, o ile budynek nie jest wpisany do rejestru zabytków. Powinno się także dopuścić sytuowanie reklam na ogrodzeniach w strefie „B” (jedna reklama o szer. max. 1 m i wysokości max. 0,5 m) i w strefie „C” (jedna lub więcej reklam o łącznej szerokości nie większej niż 20% szerokości ogrodzenia i wysokości nie większej niż 50% wysokości ogrodzenia).	Uwaga nieuwzględniona. Sformułowany w § 5 ust. 3 pkt 1 projektu uchwały ogólny zakaz sytuowania tablic reklamowych w postaci banerów i siatek reklamowych wynika z faktu, iż największy wizualny chaos reklamowy degradujący krajobraz kulturowy miasta Kielce wynika z masowego stosowania najtańszych nośników reklamowych w postaci elastycznych banerów i siatek reklamowych, nie wymagających szczególnych warunków mocowania i wpasowania w obiekt lub przestrzeń. Sformułowany w § 5 ust. 3 pkt 2 zakaz sytuowania tablic reklamowych – z wyłączeniem szyldów – na m.in. ogrodzeniach, śmietnikach, balustradach (nie tylko balkonowych), konstrukcjach oporowych itd. wynika także ze stwierdzonego faktu, iż najbardziej zdewastowane krajobrazowo fragmenty miasta Kielce są efektem sytuowania różnego rodzaju tablic reklamowych na ogrodzeniach, balustradach balkonowych, płótkach w pasach

				dzielących jezdnie dróg publicznych itp. elementach przestrzeni nie predysponowanych pod względem formy i użyteczności do lokowania na nich nośników reklamowych. Sytuowanie szyldów na ogrodzeniach jest dopuszczone we wszystkich strefach na warunkach i zasadach określonych w § 6 ust. 6 projektu uchwały (maksymalna szerokość 1,0 m, maksymalna powierzchnia pojedynczego szyldu 0,25 m²) które są wystarczające dla skuteczności przekazu informacyjnego. Sytuowanie tablic reklamowych (także nie będących szyldami) na ogrodzeniach jest dopuszczone w strefie „C” na warunkach określonych w § 10 ust. 2 projektu uchwały. Sytuowanie tablic reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach w strefie „B” nie jest możliwe do przyjęcia z uwagi na fakt, że strefę „B” stanowią w większości struktury zabudowy mieszkaniowej, gdzie szeroko pojęte środowisko mieszkaniowe winno być chronione przed ekspansją tablic reklamowych nie będących szyldami.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	2. Rozdział II, § 5 ust. 5 pkt 2; możliwość sytuowania tymczasowych reklam bez żadnych warunków wydaje się być rozwiązaniem zbyt liberalnym – całkowity zakaz sytuowania tymczasowych reklam związanych z imprezami miejskimi i kampania wyborczą powinien obejmować wszystkie budynki i formy architektoniczne wpisane do rejestru zabytków (za wyjątkiem reklam imprez odbywających się w tych budynkach), pomniki oraz pomniki przyrody. Ponadto reklamy takie nie powinny obejmować powierzchni większej niż 50% elewacji w strefie „A” i „D”.	Uwaga nieuwzględniona. Dopuszczenie w § 5 ust. 5 pkt 2 sytuowania wszelkich form tymczasowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych bez określania warunków ich sytuowania jest rzeczywiście rozwiązaniem bardzo liberalnym, ale przyjętym świadomie jako wyjątek od pozostałych regulacji w tym zakresie w projekcie uchwały – wyjątek ten dotyczy wyłącznie dwóch sytuacji: czasu trwania imprez miejskich (zdefiniowanych w § 4 ust. 1 pkt 10) oraz reklamy wyborczej na czas trwania kampanii wyborczej. Zdecydowano, że specyfika i charakter imprez miejskich (imprezy masowe w przestrzeni publicznej, uroczystości państwowe, religijne, wystawy, kiermasze, wydarzenia kulturalne, sportowe itp.) oraz kampanii wyborczych nieuchronnie związane są z szeroko rozumianym „zgiełkiem” i natężeniem masowej prezentacji różnego rodzaju treści informacyjnych i symbolicznych – i dlatego uzasadnione jest przyjęcie takich wyjątków, szczególności przy uwzględnieniu krótkotrwałości tych wydarzeń. W ww. kontekście okres kampanii wyborczej jest pewnego rodzaju „świętem demokracji”, które uzasadnia dopuszczenie chwilowego natłoku treści informacyjnych. W podniesionej w uwadze kwestii budynków wpisanych do rejestru zabytków, od sformułowanego w § 5 ust. 3 pkt 7 projektu uchwały zakazu sytuowania na nich (także ujętych w gminnej ewidencji zabytków) reklam nie będących szyldami nie ma żadnych wyjątków. Podobnie, w podniesionej w uwadze kwestii pomników i pomników przyrody, od sformułowanych w § 12 ust. 5 pkt

				3 warunków oraz sformułowanego w § 5 ust. 3 pkt 5 zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (łącznie z szyldami) nie ma żadnych wyjątków. W kwestii proponowanego w uwadze 50% limitu powierzchniowego łącznej powierzchni tablic reklamowych w stosunku do powierzchni elewacji w strefach „A” i „D” projekt uchwały zawiera warunki jeszcze ostrzejsze – w § 5 ust. 1 lit. „a” ustalono, że co do zasady łączna powierzchnia ekspozycji reklamy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w strefach „A”, „B” i „D” nie może przekroczyć 20% powierzchni całkowitej elewacji 9w strefie „C” – 40%). Propozycję limitu 50% powierzchni elewacji dla tablic reklamowych uznaje się za nadmiernie liberalną.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	3. Rozdział II, § 5 ust 5 pkt 10 lit a) i b); wniosek o zmniejszenie wymaganej odległości między wejściami do 10 m.	Uwaga nieuwzględniona. Minimalna odległość między wejściami do lokalu, pozwalająca na usytuowanie w bezpośrednim sąsiedztwie tych wejść dwóch stojaków reklamowych i dwóch gablot ekspozycyjnych ustalona na 12,0 m, jest i tak parametrem bardzo liberalnym, bo przy takim dystansie wejść do lokalu tablica reklamowa usytuowana przy jednym z nich jest niewątpliwie w zasięgu wzroku klienta znajdującego się przy drugim wejściu. Dalsze zmniejszanie tego dystansu, skutkujące niepotrzebnym nagromadzeniem tablic reklamowych na stosunkowo niewielkiej przestrzeni jest niecelowe – motywacją dla tego przepisu była stosunkowo rzadka sytuacja, gdzie lokal gastronomiczny jest na tyle rozległy, że zapoznanie się z ofertą umieszczona przy dwóch odległych od siebie wejściach nastręczałoby klientowi dużą trudność; w przypadku odległości wejść 10,0 m taka sytuacja nie zachodzi.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	4. Rozdział III, § 6 ust. 2 – wniosek o dopuszczenie szyldów zmiennych przedstawiających datę, godzinę, stan wody w rzekach i zbiornikach wodnych, temperaturę powietrza, wartość ciśnienia atmosferycznego, prędkość i kierunek wiatru, stan zanieczyszczenia powietrza oraz komunikaty i ostrzeżenia wydawane przez IMGW-PIB.	Uwaga nieuwzględniona. Przepisy projektu uchwały „krajobrazowej” zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym dotyczą tablic i urządzeń reklamowych – czyli nośników reklamy w rozumieniu pojęcia reklamy zdefiniowanym w art. 2 pkt 16a ww. ustawy jako „upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne”. Podniesione w uwadze informacje, m.in. o dacie, godzinie, stanie wód w rzekach i zbiornikach wodnych, temperaturze powietrza, wartości ciśnienia atmosferycznego, prędkości i kierunku wiatru, stanu zanieczyszczenia powietrza oraz komunikaty i ostrzeżenia wydawane przez IMGW-PIB, nie są reklamą, więc ich sytuowanie jako nośników wyłącznie informacyjnych nie podlega regulacjom w ramach tzw. „uchwał krajobrazowych”.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	5. Rozdział III, § 6 ust. 6 – wykreślić pkt 1 i pkt 3, a w pkt 6 umożliwić sytuowanie szyldów także w rzędzie poziomym.	Uwaga nieuwzględniona. Przepis § 6 ust. 6 określa warunki dla dopuszczenia sytuowania szyldów na ogrodzeniach nieruchomości. Określone w § 6 ust. 6 pkt 1 dopuszczenie sytuowania szyldu na ogrodzeniu pod warunkiem, że na

				nieruchomości nie jest zlokalizowany szyld w formie wolnostojącej jest racjonalne i logiczne – nie jest bowiem zasadne z punktu widzenia celów jakim mają służyć projektowane przepisy dublowanie tej samej informacji w tym samym rejonie na przedpolu reklamującego się szyldem obiektu (biorąc także pod uwagę, że istnieją także możliwości sytuowania szyldów na fasadzie budynku. Określenie maksymalnej odległości szyldów sytuowanych na ogrodzeniu nieruchomości od zlokalizowanych w linii tego ogrodzenia wjazdów lub wejść w wielkości 4,0 m jest przestrzennie i użytkowo logiczne i racjonalne – powszechną regułą jest, że szyldy lokalizuje się w rejonie wejść i wjazdów do obiektu; odejście od tej reguły i dopuszczenie lokalizowania szyldów w dowolnym punkcie ogrodzenia oznaczałoby pełną swobodę w tym zakresie i skutkowałoby chaosem wizualnym i brakiem pożądanego tzw. „porządku” w miejskiej przestrzeni. O ile szyldy „tradycyjnie” zlokalizowane przy wjazdach/wejściach są wizualnie akceptowane, to tego typu tablice umieszczane w dowolnym miejscu ogrodzenia są jednym z powszechnie występującym w Kielcach negatywnych zjawisk lokalnego zaburzenia harmonii i estetyki krajobrazu. Dopuszczenie sytuowania szyldów na ogrodzeniach w rzędzie poziomym (poza ustalonym nakazem sytuowania większej ilości szyldów w kolumnie o orientacji pionowej) jest – biorąc pod uwagę sytuowanie przy wjazdach i wejściach - niecelowe z punktu widzenia estetycznego i użytkowego; orientacja pionowa gwarantuje „punktową”, wygodną dla odbiorcy zawartość treści informacyjnych.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	6. Rozdział VII, § 14 – wniosek o dodanie punktu o kolorach ogrodzeń, zgodnie z którymi nakazuje się stosowanie ogrodzeń przezroczystych lub o stonowanych neutralnych kolorach – białym, beżowym, szarym, ceglastym, ciemnozielonym (wyłączając ogrodzenie z żywych roślin). Ponadto w strefie „A” kolory ogrodzeń powinny współgrać z kolorami elewacji budynków i nie być wyraźnie odmienne od kolorów ogrodzeń sąsiadujących budynków.	Uwaga nieuwzględniona. Narzucanie kolorystyki ogrodzeń („przezroczyste lub o stonowanych neutralnych kolorach – białym, beżowym, szarym, ceglastym, ciemnozielonym”) uznaje się za regulację niecelową, przesadzoną. Eliminacja kolorów z krajobrazu miasta lub kolorystyczna unifikacja elementów np. ogrodzeń nie jest właściwym działaniem dla budowania atrakcyjności krajobrazu kulturowego, którego pozytywną cechą jest właściwie rozumiana i harmonijnie budowana różnorodność – także pod względem kolorystycznym. Kompozycja kolorystyczna ogrodzeń, podobnie jak kompozycja kolorystyczna budynków i budowli we wzajemnych relacjach z ogrodzeniem, leży w sferze twórczej decyzji projektanta (architekta) o odpowiednim przygotowaniu i wiedzy merytorycznej i ta swoboda twórcza dla dobra krajobrazu miejskiego nie powinna być redukowana przepisami administracyjnymi. Przy tym, nie zauważono

				w Kielcach przypadków, gdzie kolorystyka ogrodzeń stanowiłaby jaskrawy dysonans w krajobrazie miejskim. Zauważa się, że proponowany m.in. kolor biały nie jest w krajobrazie miasta kolorem neutralnym – czysta biel jest barwą bardzo rzucającą się w oczy i w krajobrazie odbierana jest jako stosunkowo agresywna, silnie skupiająca wzrok. Pojęcia np. „stonowane kolory”, „beżowy”, „szary”, „współgranie” są pojęciami interpretacyjnie „nieostrymi” – narzucanie w przepisach prawnych kolorystyki musiałoby się wiązać z precyzyjnym zdefiniowaniem dopuszczalnego wachlarza kolorystyki w oparciu np. o wzornik kolorów RAL, co jak wyżej stwierdzono, nie byłoby działaniem celowym. Propozycja nakazu „współgrania” kolorystyki ogrodzeń z kolorystyką budynków jest trudna do zapisu prawnego, bo „współgranie” lub „harmonijność” kompozycji kolorystycznej leżą w sferze twórczej, niemożliwej do ujęcia przepisami prawnymi. O ile ww. postulat rozumieć należy jako zastosowanie kolorów identycznych lub bardzo podobnych, to taka unifikacja kolorystyczna (m.in. z kolorami sąsiadujących ogrodzeń i budynków) nie jest celowa dla budowy atrakcyjnego krajobrazu kulturowego, którego jedną z zasadniczych cech powinna być harmonijna różnorodność, także pod względem kolorystycznym.
cd 9	07.09.2021 r.	K.W. (osoba fizyczna)	7. Rozdział VIII, § 15 pkt 1 – wniosek o skrócenie czasu dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń do zapisów uchwały do 24 miesięcy.	Uwaga nieuwzględniona. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Zamiar wprowadzenia przedmiotowych przepisów uchwały „krajobrazowej” nie spotkał się z entuzjazmem przedsiębiorców, którzy wnioskowali o wydłużenie okresu dostosowawczego nawet do 5÷8 lat – ważne jest, aby poza osiągnięciem głównego celu, jakim jest znacząca poprawa wizerunku miasta, proces ten przebiegał bez zbędnych konfliktów społecznych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy pozwoli na względnie spokojną i pozbawioną napięć społecznych powszechną operację dostosowawczą – proponowany okres dwóch lat uznaje się za zbyt krótki z punktu widzenia przedsiębiorców i reklamodawców.

10	08.09.2021 r. 13.09.2021 r.	CASTORAMA POLSKA sp. z o.o.	1. Ze względu na treść § 2 ust. 2 uchwały wniosek o wprowadzenie do Rozdziału II postanowień umożliwiających umieszczania (przynajmniej w strefie „C”) szyldów w postaci wolnostojących tablic reklamowych bez wprowadzania ograniczeń co do ich wymiarów. Gdyby takie ograniczenia były wprowadzone, wniosek o zastosowanie w tym zakresie odesłania do definicji „formatów” w § 4 z jednoczesnym dopuszczeniem tablic reklamowych wolnostojących we wszystkich formatach określonych w uchwale, w szczególności w formacie dużym, bez ograniczeń dotyczących wymiarów poszczególnych krawędzi oraz ich odległości od poziomu terenu. Wniosek o niewprowadzanie dodatkowych ograniczeń dla tablic reklamowych będących szyldami względem usytuowania (w tym odległości od innych tablic reklamowych), osi jezdni, budowli itp. Każda tablica reklamowa usytuowana na nieruchomości, na której znajduje się sklep Castorama, a zawierająca logo lub nazwę Castorama itp. jest szyldem – wobec tego stosują się do niej postanowienia Rozdziału II uchwały.	Uwaga nieuwzględniona. W projekcie uchwały szyldy w formie wolnostojącej tablic reklamowych dopuszczone są wyłącznie w formie pylonów (wizytówkowych, cenowych, zbiorczych) i totemów, spełniających szczegółowe zasady i warunki ich sytuowania określone w § 6 ust. 7, § 7 ust. 4, 5 i § 8 ust. 4 uchwały; ponadto dopuszczono sytuowanie szyldów na ogrodzeniach na warunkach i zasadach określonych w § 6 ust. 6. Co do zasady, poza ww. przypadkami nie dopuszczono możliwości sytuowania na nieruchomościach szyldów wolnostojących ze względu na cel wprowadzanych przepisów, jakim jest likwidacja istniejącego reklamowego chaosu oraz zagwarantowanie estetycznego ładu i jakości krajobrazu kulturowego miejskiej przestrzeni – uznano, że szerokie możliwości sytuowania szyldów na obiektach budowlanych i na ogrodzeniach są w zupełności wystarczające dla stworzenia przekazu informacyjnego dla klientów o działalności prowadzonej na terenie danej nieruchomości. Proponowane dopuszczenie wolnostojących szyldów we wszystkich określonych w projekcie uchwały standaryzowanych formatach, dodatkowo bez ograniczeń dotyczących wymiarów poszczególnych krawędzi i ich odległości od poziomu terenu (wysokości) oraz warunków minimalnych odległości od innych elementów zagospodarowania przestrzeni stanowiłoby poważne zagrożenie dla podstawowego porządku i estetyki przestrzeni oraz zaprzeczenie przyjętych założeń do projektowanych przepisów – tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wolnostojące (zarówno szyldy, jak i pozostałe) jako obiekty autonomiczne są w elementami najbardziej eksponowanymi w przestrzeni i z tego względu ich nagromadzenie jest jednym z czynników negatywnie wpływających na jakość krajobrazu kulturowego.
cd 10	08.09.2021 r. 13.09.2021 r.	CASTORAMA POLSKA sp. z o.o.	2. Wniosek o wprowadzenie do rozdziału II postanowień umożliwiających lokalizację (przynajmniej w strefie „C”) szyldów w postaci totemów bez wprowadzania ograniczeń dotyczących ich gabarytów, w tym wysokości) a gdyby takie ograniczenia były wprowadzone, dopuszczenie w strefie „C” totemów o wysokości nie przekraczającej 25 m (§ 2 ust. 2 w zw. Z Rozdziałem II).	Uwaga nieuwzględniona. Sytuowanie szyldów w postaci totemów dopuszczono na warunkach określonych w § 4 ust. 1 pkt 46, § 8 ust. 9 i § 11 ust. 7 – w szczególności zwraca się uwagę na przepis § 8 ust. 9 dopuszczający wyłącznie jeden szyld w formie pylonu lub totemu na jednej nieruchomości. Propozycja rezygnacji z ograniczeń wysokościowych totemów nie może być przyjęta ze względu na cel wprowadzanych przepisów, jakim jest likwidacja istniejącego reklamowego chaosu oraz zagwarantowanie estetycznego ładu i jakości krajobrazu kulturowego miejskiej przestrzeni; wolnostojące totemy z uwagi na ich stosunkowo dużą wysokość są elementami bardzo eksponowanymi w przestrzeni miasta, często wręcz stanowią lokalną dominantę formalną – dlatego zawarta w § 11 ust. 7 pkt 2 regulacja ich

				wysokości (maksymalnie 9,0 m w strefie „B” i 15,0 m w strefie „C”) jest niezbędna dla osiągnięcia harmonijnego odbioru przestrzeni krajobrazu kulturowego. Proponowana maksymalna wysokość totemu w wielkości 25,0 m nie jest możliwa do przyjęcia z uwagi na zdecydowanie dominujący charakter obiektu o takich gabarytach (porównywalnie pod względem skali – budynek mieszkalny o ośmiu kondygnacjach nadziemnych).
cd 10	08.09.2021 r. 13.09.2021 r.	CASTORAMA POLSKA sp. z o.o.	3. Wniosek o zmianę § 5 ust. 4 pkt 1 uchwały, aby nakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych prostopadle lub równolegle do osi lub krawędzi jezdni nie dotyczył szyldów umieszczonych w strefie „C”.	Uwaga nieuwzględniona. Sformułowany w § 5 ust. 4 pkt 1 nakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych prostopadle lub równolegle do elementów istniejącego zagospodarowania, w szczególności osi lub krawędzi jezdni, elewacji budynków, budowli lub linii ogrodzenia ma zagwarantować w przestrzeni miejskiej podstawowy porządek – tablice reklamowe zlokalizowane pod kątem (lub różnymi kątami w zbiorze) do istniejących elementów zagospodarowania nieruchomości wprowadzają wizualny dysonans i dysharmonię w odbiorze przestrzeni, z reguły zorganizowanej w układzie ortogonalnym. O ile układ istniejącego zagospodarowania nieruchomości nie jest ortogonalny, warunek równoległości i prostopadłości do istniejących elementów także zapewnia podstawowy porządek we wzajemnych relacjach i estetykę przestrzeni. Proponowane zniesienie przedmiotowego warunku w strefie „C” nie jest możliwe do przyjęcia, ponieważ pożądaný podstawowy porządek w tej kwestii i zagwarantowanie jakości krajobrazu kulturowego musi obejmować całe miasto w granicach administracyjnych – brak jest podstaw, aby w strefie „C” rezygnować z tego typu ustaleń.
cd 10	08.09.2021 r. 13.09.2021 r.	CASTORAMA POLSKA sp. z o.o.	4. Wniosek o zmianę § 6 ust 1, aby zakaz sytuowania szyldów w formie baneru reklamowego i siatki reklamowej nie dotyczył strefy „C” (aktualne promocje, akcje handlowe itp.) – są to szyldy i nie wpływają negatywnie na krajobraz.	Uwaga nieuwzględniona. Tablice reklamowe w formie baneru reklamowego i siatki reklamowej (tj. w formie materiałów elastycznych, wykonanych z tkanin, tekstyliów lub miękkich tworzyw sztucznych) rozpinanych na różnego rodzaju obiektach zostały uznane za jeden z najbardziej dysharmonizujących i szpecących miasto Kielce masowo zastosowanych elementów reklamy wizualnej – dlatego zakaz sytuowania tablic reklamowych (w tym szyldów) w ww. formach sformułowany w § 5 ust. 3 pkt 1 i § 6 ust. 1 jest wyjątkowo uzasadniony i niezbędny dla osiągnięcia celów wprowadzanych przepisów określonych w uzasadnieniu do projektu uchwały, tj. wyeliminowanie nieestetycznej, szpecącej obraz miasta reklamy, przeciwdziałanie postępującej degradacji przestrzeni publicznej oraz osiągnięcie estetyki i harmonii krajobrazu kulturowego w ujęciu całościowym oraz w odniesieniu do tzw. porządku architektonicznego budynków, budowli i innych elementów zagospodarowania przestrzennego tworzących wizerunek przestrzeni

				miejskiej. Ww. cele obejmują całe miasto Kielce w jego granicach administracyjnych i brak jest podstaw, aby w strefie "C" rezygnować z tego typu ustaleń.
cd 10	08.09.2021 r. 13.09.2021 r.	CASTORAMA POLSKA sp. z o.o.	5. Wniosek o zmianę § 8 ust. 1, aby nie wprowadzać ograniczeń liczby szyldów, jaka może być sytuowana przez jeden podmiot w opasie reklamowym budynku lub w innym miejscu na budynku lub na otaczającym terenie, w przypadku szyldów podmiotów prowadzących obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² w strefie „C”. W przypadku tych podmiotów na danej nieruchomości umieszczone są wyłącznie szyldy jednego podmiotu. Pozostawienie ograniczeń co do liczby szyldów umieszczanych przez takie podmioty na jednej nieruchomości byłoby dla nich dyskryminujące i nie miałoby uzasadnienia.	Uwaga nieuwzględniona. Trudno zgodzić się z tezą, że w przypadku szyldów podmiotów prowadzących obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² na danej nieruchomości umieszczane są wyłącznie szyldy jednego podmiotu (choć nie jest to w pewnych przypadkach wykluczone) - przykładem jest podmiotowa różnorodność szyldów umieszczonych na budynkach galerii „Korona”, galerii „Echo” lub różnorodność podmiotów występujących na takich wyznaczonych obszarach w rejonie ulicy Radomskiej, alei Szajnowicza – Iwanowa czy narożnika ulic Zagnańskiej i Jesionowej. Ponadto w granicach strefy „C” zawierają się nie tylko obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni powyżej 2000 m ² , ale także inne tereny o dominujących funkcjach gospodarczych - przemysł, bazy, składy, obszary koncentracji funkcji usługowych (lokalne osiedlowe centra handlowo-usługowe) oraz obszary obiektów oraz urządzeń sportowych. Wobec powyższego uznano regulacje w zakresie limitów ilości poszczególnych typów szyldów dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na terenie danej nieruchomości za racjonalne i uzasadnione. Przy czym założono, że jeden szyld usytuowany na fasadzie budynku dla każdego podmiotu jest wystarczający dla przekazu informacji dla klientów (szczególnie przy uwzględnieniu pozostałych możliwości sytuowania szyldów dopuszczonych przepisami § 8 projektu uchwały – do 10. szyldów sytuowanych przez jeden podmiot), a mnożenie szyldów jednego podmiotu na budynku jest niecelowe z punktu widzenia motywacji wprowadzanych przepisów jaką jest osiągnięcie estetyki i harmonii krajobrazu kulturowego w ujęciu całościowym oraz w odniesieniu do porządku architektonicznego budynków, budowli i innych elementów zagospodarowania przestrzennego tworzących wizerunek przestrzeni miejskiej Kielc.
11	24.09.2021 r.	McDonald's Polska Sp. z o.o.	Uwaga przedstawia szczegółowo stosowane przez McDonald's Polska Sp. z o.o. standardy w zakresie: znaki na elewacji/dachu budynku, pylony reklamowe, maszty flagowe, znaki na tzw. linii <i>drive'a</i> na nieruchomości poza budynkiem, znaki kierunkowe na drogach wewnętrznych na nieruchomości poza	Uwaga nieuwzględniona. Ze względu na bardzo duże zróżnicowanie, nie jest możliwe zredagowanie takich przepisów uchwały tzw. „krajobrazowej”, które uwzględniałyby istniejące wewnętrzne standardy stworzone i stosowane przez poszczególne podmioty gospodarcze. Przepisy projektu uchwały, w szczególności dotyczące zasad i warunków sytuowania szyldów (zarówno na obiektach budowlanych jak i wolnostojące w postaci pylonów) oraz ich dopuszczalnej ilości dla jednego podmiotu stwarzają szerokie możliwości uwzględnienia obsługi osób zmotoryzowanych w zakresie usług

			budynkiem, znaki reklamowe na ogrodzeniu i meblach zewnętrznych. Prośba o uwzględnienie w projekcie uchwały w szczególności sposobu prowadzenia usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie <i>drive thru</i>, tj. bez wysiadania z samochodu – zmotoryzowani klienci powinni mieć możliwość zapoznania się z ofertą, menu, cennikiem na tzw. linii <i>drive’a</i>; informacje te zazwyczaj znajdują się na podświetlanych tablicach, na których widnieje także cena zakupu. W praktyce nie ma innej niż graficzna możliwości przedstawienia menu. Dodatkowa argumentacją jest fakt, że zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę – prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego.	gastronomicznych w systemie tzw. „drive thru” – nie jest przy tym w uwadze wskazane, które z przedstawianych przepisów projektu uchwały czyniłyby taki sposób obsługi utrudniony lub niemożliwy. Podniesiona kwestia ochrony praw nabytych i innych prawnie chronionych wartości wynikających z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej – dotyczy przepisów samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, na które samorząd gminny nie ma wpływu. Przepisy art. 37a ust. 10 ww. ustawy stwarzają możliwość zwolnienia z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów wyłącznie obiektów małej architektury i ogrodzeń, nie wprowadza takiej możliwości dla tablic reklamowych i ogrodzeń reklamowych.
12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM	1. Wrażenie, że klucz, na podstawie którego będą selekcjonowane nośniki które mają pozostać i te, które mają zostać zlikwidowane jest niekorzystny dla lokalnych kieleckich przedsiębiorców – wydaje się, że promowane będą duże firmy o zasięgu ogólnopolskim. Zmiany najbardziej odczują firmy lokalne, które budowały sieć swoich tablic pod konkretnych klientów i na potrzeby rynku lokalnego. Wielu z kieleckich przedsiębiorców będzie musiało zamknąć	Uwaga nieuwzględniona. Trudno się zgodzić z zawartą w przedmiotowym piśmie tezę, że projektowane regulacje prawne promować będą „duże firmy o zasięgu ogólnopolskim” kosztem mniejszych firm przedsiębiorców lokalnych. Projektowany akt prawa lokalnego nie może zawierać i nie zawiera żadnych regulacji tzw. „podmiotowych”, przepisy te mają być powszechnie obowiązujące w sposób jednakowy dla wszystkich i dla każdego. Nie znajduje się w projektowanych przepisach uchwały podniesionego przez autorów uwagi „klucza”, na podstawie którego mechanizm selekcji nośników do pozostawienia i do dostosowania (ew. usunięcia) miałby być niekorzystny dla lokalnych kieleckich przedsiębiorców a promujący formy zewnętrzne – składający uwagę także nie wskazują takiego konkretnego

		M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.	firmę, zwolnić pracowników, straty odczuje cały rynek podwykonawczy. Kto po wprowadzeniu uchwały i konieczności likwidacji nośników będzie w stanie chociaż wyrównać te straty? Dodatkowe dochody tracą również mieszkańcy wynajmujący grunty pod ustawienie tablic reklamowych, płacąc od przychodów podatki zasilające budżet miasta. Duże firmy sieciowe z tysiącami nośników na pewno sobie poradzą, nawet jeśli będą zmuszone zredukować ilość reklam – te firmy są z innych miast i nie generują na lokalnym rynku przychodów. W dobie kryzysu wywołanego pandemią należałoby rozważyć, jakie skutki wywoła wprowadzenie tej uchwały.	przepisu/przepisów. Zasady są jednakowe dla wszystkich podmiotów gospodarczych (różnicowanie jest wyłącznie przestrzenne, strefowe), zaś nośniki typu „billboard” i o większej powierzchni są na określonych, jednakowych dla wszystkich warunkach dopuszczalne (m.in. zdefiniowane formaty „duży” do 18 m ² i „wielki” powyżej 18 m ² oraz wolnostojące nośniki typu R3 do 18 m ² i R4 do 48 m ²). Wobec powyższego, nie jest też możliwe sugerowane w piśmie „promowanie” lub wprowadzanie przepisów „ochraniających” lokalnych przedsiębiorców.
cd 12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.	2. Projekt uchwały zmierza wprost do likwidacji lub znacznego zmniejszenia ilości i tak nielicznych reklam wielkoformatowych – to poważny błąd. Po demontażu niektórych reklam ujawnią się brzydkie części starych i zaniedbanych elewacji. Stracą firmy, klienci, administracje i często biedne wspólnoty mieszkaniowe, konsekwencją zakazu umieszczania na budynkach dużych reklam będzie brak ich remontów. Wytyczne do istniejących reklam nie zakładające ich likwidacji rozwiązałyby ww. problemy. Kielce, w porównaniu z innymi miastami, posiadają niewiele miejsc z reklamami o dużym formacie i nie stanowią one problemu oraz nie wpływają negatywnie na wygląd miasta.	Uwaga nieuwzględniona. Celem wprowadzania omawianych regulacji nigdy nie była i nie jest podniesiona w piśmie „likwidacja lub znaczne zmniejszenie ilości i tak nielicznych reklam wielkoformatowych”. Sygnalizowane jest to w samym uzasadnieniu do projektu uchwały cyt.: „Celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji”. W trakcie prac nad kształtem projektowanych przepisów „uchwały krajobrazowej” dbano o to, aby równoważyć elementarne potrzeby estetyki i harmonii krajobrazu miejskiego z równoczesną potrzebą funkcjonowania branży reklamy zewnętrznej poprzez zachowanie zbudowanie szerokich możliwości dla estetycznej informacji wizualnej i skutecznej oraz czytelnej dla klientów prezentacji towarów, usług i działalności – szereg przedstawianych przepisów jest dużo mniej rygorystycznych od przyjmowanych w innych miastach. Ponieważ za podstawową konieczność w tym zakresie uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału - jest oczywiste, że przyjęcie omawianych regulacji skutkowało będzie w takich miejscach koniecznością uporządkowania lub też redukcji ilości reklam – jednak w Mieście Kielce jest wystarczająco dużo

				przestrzeni, aby zgodnie z przyjętymi przepisami realizować takie tablice w licznych innych alternatywnych lokalizacjach.
cd 12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.	3. W kontekście przedstawianych problemów istotne jest wydłużenie czasu przystosowania istniejących reklam bez podziału na duże czy mniejsze formaty – minimalny czas, jaki wydaje się potrzebny, to ok. 6-8 lat od wejścia uchwały w życie.	Uwaga nieuwzględniona. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych; brak jest przy tym różnicowania w zakresie formatów tablic reklamowych. W kontekście przedmiotowej uwagi należy podkreślić, że złożono też stosunkowo dużą ilość uwag, aby okres dostosowawczy skrócić do dwóch lat, aby szybciej osiągnąć efekt w postaci harmonijnego krajobrazu miejskiego. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy uznaje się za wystarczający dla względnie spokojnego i pozbawionego napięć społecznych przeprowadzenia powszechnej operacji dostosowawczej – proponowany okres 6÷8 lat uznaje się za zbyt długi z punktu widzenia celu wprowadzanych przepisów.
cd 12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.	4. Należy ponownie przeanalizować odległości nośników reklamowych względem siebie, znaków drogowych i skrzyżowań, gdyż w proponowanym formacie w zasadzie ponad 90% nośników jest do likwidacji.	Uwaga nieuwzględniona. Określenie w projektowanych przepisach uchwały minimalnych wzajemnych odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych jest niezbędne dla osiągnięcia zakładanych celów wprowadzanych przepisów, tj. powstrzymanie istniejącego chaosu reklamowego spowodowanego lokalnym nagromadzeniem w jednym rejonie lub miejscu dużej ilości tablic reklamowych – dotyczy to także przestrzeni wzdłuż dróg publicznych. Minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych uzależniono od typów tych tablic/urządzeń reklamowych i klasy technicznej lub kategorii drogi publicznej wzdłuż której są usytuowane. Minimalne odległości pomiędzy nośnikami reklamowymi zostały przyjęte racjonalnie, biorąc pod uwagę nie tylko szeroko pojęty krajobraz wzdłuż drogi ale także prędkości pojazdów, które na tego typu drogach mogą być rozwijane. Np. przy dopuszczalnej na drodze ekspresowej prędkości 120 km/h sekwencja obrazów postrzeganych przez kierowcę przy założeniu odległości tablic reklamowych 200 m będzie się pojawiała w interwale czasowym 6 sekund – biorąc pod uwagę ten aspekt stwierdzić należy, że jest to częstotliwość stosunkowo duża i nieracjonalne byłoby ją jeszcze powiększać. Podobna logika przyświecała określeniu minimalnych wzajemnych odległości w pozostałych przypadkach i konfiguracjach. Ustalone

				w kieleckim projekcie uchwały tzw. „krajobrazowej” minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych wzdłuż dróg w zestawieniu z podobnymi regulacjami przyjętymi w innych miastach uznać należy w tym kontekście za jedno z bardziej liberalnych z punktu widzenia reklamodawców.
cd 12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.	5. Wniosek o wprowadzenie kryterium wyboru czy selekcji nośników reklamowych ochraniające lokalnych przedsiębiorców, pozostawienie istniejących reklam wielkoformatowych, zmniejszenie odległości nośników względem siebie (optymalna wydaje się odległość 15-25 m między nośnikami), znaków drogowych oraz skrzyżowań, wydłużenie okresu dostosowawczego do 6-8 lat od wejścia uchwały w życie oraz znaczne zmniejszenie strefy „A”.	Uwaga nieuwzględniona. Projektowany akt prawa lokalnego nie może zawierać i nie zawiera żadnych regulacji tzw. „podmiotowych”, przepisy te mają być powszechnie obowiązujące w sposób jednakowy dla wszystkich i dla każdego - nie jest więc możliwe wprowadzenie zapisów z „kryterium wyboru czy selekcji nośników reklamowych ochraniające lokalnych przedsiębiorców”. Nie jest też możliwy zapis umożliwiający „pozostawienie istniejących reklam wielkoformatowych” - przepisy art. 37a ust. 10 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym stwarzają możliwość zwolnienia z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów wyłącznie obiektów małej architektury i ogrodzeń, nie wprowadza takiej możliwości dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Proponowana odległość między nośnikami 15÷20 m jest zdecydowanie zbyt mała – zastosowanie takich reguł pogorszyłoby jeszcze stan degradacji przestrzeni w stosunku do stanu istniejącego. Odległości muszą być uzależnione od klasy technicznej lub kategorii drogi publicznej oraz rodzajów i formatów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy uznaje się za wystarczający dla względnie spokojnego i pozbawionego napięć społecznych przeprowadzenia powszechnej operacji dostosowawczej (złożono też stosunkowo dużo uwag wnoszących o skrócenie okresu dostosowawczego do 3 lat) – proponowany okres 6÷8 lat uznaje się za zbyt długi z punktu widzenia celu wprowadzanych przepisów. Wyznaczona strefa „A” obejmuje wyłącznie centralny, reprezentacyjny obszar miasta (plus zabytek urbanistyczny – os. Białogon) i w trakcie prac uległa niewielkiemu powiększeniu. Zmniejszenie zakresu strefy „A” uznaje się za niecelowe, także z uwagi na stosunkowo dużą ilość wniosków o jej powiększenie.
cd 12	30.09.2021 r.	Lokalni przedsiębiorcy świadczący usługi dzierżawy powierzchni reklamowych typu billboard oraz dużych powierzchniach	6. Wydaje się mocno uzasadnione, żeby nowe przepisy obowiązywały dla nowo powstających nośników reklamowych, a nie wymuszały likwidację obecnej sieci lokalnych reklam.	Uwaga nieuwzględniona. Wobec jasno w tym względzie sformułowanych przepisów ustawowych, nie jest możliwe zwolnienie z obowiązku dostosowania do nowych przepisów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie „uchwały krajobrazowej” – możliwość takiego zwolnienia ustawa określa tylko dla obiektów małej architektury i ogrodzeń.

		reklamowych: „ARTISAN” S.S., TOO 4 YOU T.K., P.W. EXXON A.P-K., ELKAM PRODUCENT REKLAM M.K., F.U.H. „ZWYZ FUL” J.Ż.		
13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	1. W projekcie brakuje typowego i najczęściej używanego w Polsce i Europie formatu tablicy reklamowej montowanej jako wolnostojąca lub na ścianie budynku o wymiarach 504x238 cm.	Uwaga nieuwzględniona. Przy ustalaniu standaryzacji formatów dla tablic reklamowych wolnostojących (przyjęto cztery formaty zdefiniowane w § 4 ust. 1 pkt 19÷21 jako typy nośników reklamowych R1, R2, R3 i R4) – w zakresie tablic formatów dużych (potocznie i w literaturze zwanych „billboardami”) o powierzchni ekspozycyjnej równej i powyżej 12,0 m ² zdecydowano o zastosowaniu dwóch formatów, także typowych i najczęściej używanych w Polsce i Europie, tj. nośnik reklamowy typu R3 o powierzchni maks. 18,0 m ² i wymiarach liniowych 6,0 m x 3,0 m (tzw. „Euro 18”) oraz nośnik reklamowy typu R4 o powierzchni maks. do 48,0 m ² i wymiarach liniowych 12,0 m x 3,0 m lub 12,0 m x 4,0 m (tzw. „Euro 36” i „Euro 48). Uznano, że dla wolnostojących tablic reklamowych o dużych rozmiarach tzw. „billboardów” dla zapewnienia ładu przestrzennego w krajobrazie miasta (szczególnie wzdłuż dróg) wystarczające będzie zastosowanie nie więcej niż dwóch formatów tzw. dużych; wprowadzenie trzech formatów dużych uznano za niepożądane ze względu na zbyt dużą różnorodność nośników wolnostojących (biorąc także pod uwagę dopuszczenie formatów mniejszych niż 12 m ² , tj. typu R1 i R2). Natomiast w zakresie standaryzowanych formatów przewidzianych dla tablic reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych, tj. zdefiniowanych w § 4 ust. 1 pkt 4÷8 projektu uchwały jako formaty drobny, mały, średni, duży i wielki – istnieje możliwość realizacji określonego w uwadze typowego formatu tablicy reklamowej tzw. „Euro 12” o wymiarach 5,04 m x 2,38 m w ramach zdefiniowanego jw. „formatu dużego”, tj. tablicy o powierzchni ekspozycyjnej powyżej 9,0 m ² do 18,0 m ² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 6,4 m.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	2. W projekcie nie ma mowy o konstrukcjach tablic tzw. niezwiązanych z gruntem, co jest dopuszczone przez Prawo budowlane.	Uwaga nieuwzględniona. Przepisy projektu uchwały nie zakazują sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie związanych z gruntem – za wyjątkiem tylko nośników reklamowych typu R1, R2, R3 i R4, które zdefiniowano w § 4 ust. 1 pkt 19÷22 m.in. jako „trwale związane z gruntem”. Na taki zapis dla wolnostojących tablic reklamowych, z reguły sytuowanych

				wzdłuż dróg publicznych, zdecydowano się ze względów estetycznych – w przypadku nie związania tablicy reklamowej z gruntem konieczne dla stabilności konstrukcji betonowe obciążniki widoczne w dolnej partii nośnika (często stosunkowo dużych rozmiarów) nie wyglądają w odbiorze estetycznie. Natomiast dla wszystkich pozostałych typów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, poza nośnikami R1÷R4, dopuszczalne jest ich sytuowanie w sposób nietrwale związany z gruntem.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	3. Wymiary pomiędzy nośnikami reklamowymi stawianymi wzdłuż drogi są za duże i przy tych odległościach nie da się postawić nośników zachowując te wartości – tak samo przy odległościach od budynków itd.	Uwaga nieuwzględniona. Określenie w projektowanych przepisach uchwały minimalnych wzajemnych odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych jest niezbędne dla osiągnięcia zakładanych celów wprowadzanych przepisów, tj. powstrzymanie istniejącego chaosu reklamowego spowodowanego lokalnym nagromadzeniem w jednym rejonie lub miejscu dużej ilości tablic reklamowych – dotyczy to także przestrzeni wzdłuż dróg publicznych. Minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych uzależniono od typów tych tablic/urządzeń reklamowych i klasy technicznej lub kategorii drogi publicznej wzdłuż której są usytuowane. Minimalne odległości pomiędzy nośnikami reklamowymi zostały przyjęte racjonalnie, biorąc pod uwagę nie tylko szeroko pojęty krajobraz wzdłuż drogi ale także prędkości pojazdów, które na tego typu drogach mogą być rozwijane. Np. przy dopuszczalnej na drodze ekspresowej prędkości 120 km/h sekwencja obrazów postrzeganych przez kierowcę przy założeniu odległości tablic reklamowych 200 m będzie się pojawiała w interwale czasowym 6 sekund – biorąc pod uwagę ten aspekt stwierdzić należy, że jest to częstotliwość stosunkowo duża i nieracjonalne byłoby ją jeszcze powiększać. Podobna logika przyświecała określeniu minimalnych wzajemnych odległości w pozostałych przypadkach i konfiguracjach. Ustalono w kieleckim projekcie uchwały tzw. „krajobrazowej” minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych wzdłuż dróg w zestawieniu z podobnymi regulacjami przyjętymi w innych miastach uznać należy w tym kontekście za jedno z bardziej liberalnych z punktu widzenia reklamodawców.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	4. Narzucanie wykonawcy z jakich materiałów ma być wykonana konstrukcja znacznie utrudnia i podraża koszty np. zapis że konstrukcje stalowe muszą być cynkowane. Udowodniono, że dobra jakość farby i	Uwaga nieuwzględniona. Ustalono w § 12 ust. 6 nakazy dotyczące standardów jakościowych konstrukcji wsporczych pod tablice reklamowe mają na celu zagwarantowanie trwałości i estetyki tych konstrukcji. Wymieniony w § 12 ust. 6 lit. „c” wachlarz materiałów z jakich przedmiotowe konstrukcje mogą być wykonane (aluminium, stal nierdzewna lub stal

			odpowiednia ilość warstw jest zdecydowanie bardziej wytrzymała niż cynk galwaniczny.	ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie) w zestawieniu ze sformułowaniem w § 12 ust. 7 nakazem stosowania „elementów konstrukcyjnych o barwie achromatycznej wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej” dają realizacyjnie dość szerokie możliwości materiałowe. Sformułowanie „dobra jakość farby i odpowiednia ilość warstw” jest pozbawione konkretów, zaś stan istniejących w granicach miasta Kielce konstrukcji wsporczych pod tablice reklamowe wskazuje często na daleki stopień destrukcji wierzchnich warstw (łuszcząca się farba, rdza, zabrudzenia) wynikający z braku działań konserwacyjnych. Stal ocynkowana jest materiałem powszechnego stosowania, szczególnie w przestrzeniach narażonych na czynniki atmosferyczne, w szczególności w elementach wyposażenia dróg publicznych i daje gwarancję niezmiennego wyglądu przez bardzo długi okres czasu.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	5. Największym problemem są tzw. banery reklamowe wiszące na ogrodzeniach i fruujące na wietrze – ona najbardziej szpecą i zaśmiecają miasto, szczególnie podczas wyborów.	Uwaga uwzględniona częściowo. W § 5 ust. 3 pkt 1 zakazano na terenie całego miasta sytuowania tablic reklamowych w formie banerów reklamowych (pojęcie „baner reklamowy” zdefiniowano w § 4 ust. 1 pkt 1), zaś w § 5 ust. 3 pkt 2 zakazano sytuowania tablic reklamowych (z wyłączeniem szyldów oraz nieruchomości zlokalizowanych w strefie „C”) na ogrodzeniach. Tablice reklamowe w formie banerów reklamowych dopuszczono w § 5 ust. 5 pkt 2 wyjątkowo wyłącznie jako tymczasowe na czas trwania imprez miejskich oraz będących reklama wyborczą na czas trwania kampanii wyborczej oraz nie dłużej niż 14 dni po zakończeniu wyborów. Zdecydowano, że na okres wyborów, jako „święta demokracji” zasadne jest pogodzenie się z chwilowym natłokiem informacji wizualnej w przestrzeni publicznej oraz racjonalne jest unikanie przepisów mogących zdecydowanie podnieść koszty kampanii wyborczej (banery reklamowe są nośnikiem stosunkowo tanim).
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	6. Nieprawdą jest zapis uzasadnienia, że uchwała nie jest tworzona po to, żeby usunąć w znacznym stopniu nośniki reklamowe ale je tylko uporządkować – ponieważ nie jest możliwe zachowanie tych wszystkich warunków i obostrzeń i większość nośników reklamowych wolnostojących musi zostać usunięta.	Uwaga nieuwzględniona. Zarzut niezgodności z prawdą zapisu uzasadnienia do uchwały „krajobrazowej” ma charakter silnie subiektywny – z drugiej strony przedmiotowy zapis określa podstawowe ideologiczne intencje przyświecające tworzeniu projektu przedmiotowych przepisów dla miast a Kielce, bez wchodzenia w szczegóły regulacji. Z pewnością nie można zarzucić fałszu twierdzeniu, że projektowane przepisy kieleckiej uchwały „krajobrazowej” z punktu widzenia reklamodawców są stosunkowo zrównoważone i w większości przypadków daleko bardziej liberalne od

				analogicznych przepisów projektowanych i przyjmowanych w innych miastach. Wobec zamieszczonego w tym samym akapicie uzasadnienia stwierdzenia, że „za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału” jest oczywiste, że pojawią się miejsca i rejony, gdzie nastąpi znaczna redukcja ilości tablic reklamowych, także wolnostojących – jednak przestrzeń miasta i stworzone w przedmiotowych regulacjach możliwości sytuowania tablic reklamowych pozwalają na sytuowanie tablic reklamowych w innych opcjonalnych lokalizacjach i konfiguracjach. Przyjmowanie przepisów, które sankcjonowałyby w tym zakresie stan istniejący byłoby niecelowe i nieracjonalne.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	7. Projekt uchwały narusza podstawowe prawa obywateli i mieszkańców Kielc mówiące o równym traktowaniu każdego obywatela. Przykładem jest dostosowanie nośników reklamowych w ciągu 3 lat przy jednoczesnym zwolnieniu istniejących ogrodzeń budynków wielorodzinnych z obowiązku dostosowania – jest to nierówne traktowanie obywateli.	Uwaga nieuwzględniona. Trudno zgodzić się z tezą, że projekt uchwały „narusza podstawowe prawa obywateli i mieszkańców Kielc mówiące o równym traktowaniu każdego obywatela”. Zwolnienia z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów istniejących w dniu wejścia tych przepisów w życie ogrodzeń budynków wielorodzinnych (a także obiektów małej architektury) dokonano na podstawie przepisu art. 37a ust. 10 pkt 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym – a więc zapis ten bezdyskusyjnie jest zgodny z prawem. Jest to też wprost realizacja ochrony praw nabytych w tym zakresie. Zarzucane „nierówne traktowanie” istniejących już obiektów budowlanych obiektów małej architektury i ogrodzeń w stosunku do już istniejących urządzeń reklamowych od strony formalnoprawnej jest więc dopuszczone przepisami ustawowymi, zaś od strony merytorycznej jest racjonalne i uzasadnione, bowiem w mieście Kielce – w przeciwieństwie do tablic i urządzeń reklamowych - nie stwierdzono naruszeń ładu przestrzennego i harmonii krajobrazu kulturowego spowodowanych niewłaściwą formą obiektów małej architektury lub ogrodzeń. Motywacją sformułowanego w § 14 ust. 2 zakaz grodzienia nieruchomości zabudowanych budynkami wielorodzinnymi nie były kwestie estetyki krajobrazu, a ideologiczne i strukturalne kwestie dostępności przestrzeni miejskiej dla jej użytkowników w kontekście budowy prawidłowych relacji społecznych – zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowych przepisów było podyktowane względami społecznymi (spłacanie przez wspólnoty mieszkaniowe świeżo zaciągniętych kredytów pod budowę ogrodzeń) w zestawieniu z faktem, iż skala ilości ogrodzonych nieruchomości

				zabudowanych budynkami mieszkalnymi wielorodzinnymi jest w mieście Kielce stosunkowo niewielka.
cd 13	30.09.2021 r.	R.W. (osoba fizyczna)	8. Apel do Prezydenta Miasta Kielce i radnych rady Miasta Kielce o przeanalizowanie i przemyślenie kształtu uchwały zanim zostanie ona zatwierdzona.	Uwaga uwzględniona. Projekt uchwały „krajobrazowej” w trakcie dotychczasowej procedury i kolejnych zmian w projektowanych przepisach był cyklicznie przedstawiany radnym z Komisji Ładu Przestrzennego i Gospodarki Nieruchomościami Rady Miasta Kielce – finalne brzmienie projektowanych przepisów kierowanych pod obrady na sesję Rady Miasta Kielce będzie również przedmiotem obrad i dyskusji na posiedzeniu Komisji Ładu Przestrzennego i Gospodarki Nieruchomościami wraz z załącznikiem do projektu uchwały w postaci sposobu rozstrzygnięcia uwag złożonych w trakcie wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu; lista złożonych uwag (w tym uwagi przedmiotowej) wraz z ich rozstrzygnięciami będzie przedstawiona wszystkim radnym Rady Miasta Kielce, a wcześniej opublikowana i podana do publicznej wiadomości w Biuletynie Informacji Publicznej. Jak dotąd, większość radnych (także spoza składu Komisji Ładu Przestrzennego i Gospodarki Nieruchomościami) żywo interesują się szczegółowymi projektowanymi przepisami przedmiotowej uchwały i niezależnie od decyzji jaka gremialnie podejmą, z pewnością będzie to decyzja podjęta świadomie. Uwzględnienie uwagi nie wymaga zmian w projekcie uchwały.
14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	1. Mój najważniejszy postulat dotyczy granic strefy C, w których pozwala się na zajęcie na reklamy dużych przestrzeni. Można to uzasadnić w strefach przemysłowych, hurtowni, galerii handlowych i hipermarketów, jednakże na mapie załączniku są enklawy stref C - "wyspy" - w miejscach, gdzie nie ma to żadnego uzasadnienia (np. 34 czyli rejon ulicy Starodomaszowskiej, 43 - fragment ulicy Zagórskiej, czy 52 - ulica Wapiennikowa), lub to uzasadnienie jest w moim przekonaniu niewłaściwe jak w przypadku pawilonów handlowych na osiedlach (zdecydowanie uważam, że osiedlowe pawilony powinny być w strefie B). W tym kontekście nadmieniam też o niekonsekwencjach na mapie (jedne skupiska pawilonów są jako C, a inne - identyczne - nie).	Uwaga nieuwzględniona. W strefowej konstrukcji podziału miasta Kielce na cztery strefy o odmiennych regulacjach w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych założono, że stosunkowo najbardziej liberalne (najmniej rygorystyczne) przepisy dotyczyć powinny terenów o dominujących funkcjach gospodarczych, tj. tereny przemysłu, baz, składów, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² , obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych – obszary te wyodrębniono na Załączniku nr 2 do projektu uchwały „Rysunek granic stref” jako strefę „C”. Zdecydowano przy tym, że do strefy „C” należeć też będą dające się wyodrębnić lokalne osiedlowe centra usługowo-handlowe – stąd na Załączniku nr 2 do projektu uchwały stosunkowo duże rozdrobnienie różnej wielkości i kształtów obszarów zakwalifikowanych do strefy „C”. Skupiska (nawet niewielkie), gdzie koncentrują się funkcje usługowo-handlowe o zdecydowanie lokalnym charakterze – w tym o charakterze osiedlowym – zakwalifikowano do strefy „C” dlatego, że uznano iż są one, jako lokalne centra konsumpcyjne świadczące usługi komercyjne dla

			Odrębną kwestią są obszary, które teraz się gwałtownie przekształcają i na pewno tracą charakter przemysłowo-magazynowy (np. 23, 36 czy 51). Niezrozumiałe są ponadto niektóre granice między strefą C i D (np. 6, 7, 47, 48).	mieszkańców osiedli, przestrzeniami silnie predysponowanymi do ekspozycji treści typowo konsumpcyjnych. Dlatego w ramach każdej istniejącej w Kielcach struktury mieszkaniowej (każdego osiedla) zidentyfikowano i wyodrębniono takie, niewielkie nawet, ośrodki handlowo-usługowe (niegdyś zwane „ośrodkami usługowymi II stopnia”) i zaliczono do strefy „C”. W tym kontekście nie podziela się zdania składającego uwagę, że lokalne osiedlowe centra handlowo-usługowe powinny być zaliczone do strefy „B” – w logice projektowanego aktu prawnego na strefę „B” składają się głównie struktury mieszkaniowe i usługowe o charakterze niekomercyjnym. Zauważa się, że pod względem strukturalnym, architektonicznym i całościowo krajobrazowym centra handlowo-usługowe (także lokalne, osiedlowe) różnią się zasadniczo od struktur mieszkaniowych. Nie podziela się zdania, że wydzielenie podobszarów strefy „C” oznaczonych numerami 34, 43 i 52 nie ma żadnego uzasadnienia – stanowią one bowiem wyżej opisane lokalne skupiska funkcji handlowo-usługowych. Podniesione w uwadze „niekonsekwencje” w wydzieleniu granic stref są stanowiskiem subiektywnym, choć przyznać należy, że w przypadkach lokalnych struktur niezbyt wyraźnie wykrystalizowanych o charakterze funkcjonalnie mieszanym decyzje projektowe w tym zakresie nastroczały pewne dylematy i trudności. Wyodrębnienie granic podobszarów strefy „C” oznaczonych numerami porządkowymi 6 i 7 (obecnie niezabudowane) wynikają z powyższych informacji o nieodległej czasowo ich zabudowie obiektami o funkcjach komercyjnych. Wyodrębnienie granic podobszarów strefy „C” oznaczonych numerami porządkowymi 47 i 48 (obecnie niezabudowane rejonu d. kamieniołomu „Wietrznia”) wynikają z przeznaczenia tych terenów w obowiązującym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego pod funkcje usług komercyjnych (sportowych, hotelowych, kongresowych). O ile jest oczywiste, że istnieją obszary miasta, które pod względem funkcjonalnym i strukturalnym podlegają mniej lub bardziej dynamicznym przekształceniom, to klasyfikację strefową przeprowadzono w oparciu o funkcje obecnie dominujące oraz dyspozycje funkcjonalne zawarte w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Kielce; ponadto każdy akt prawny (w tym uchwała „krajobrazowa”) podlega cyklicznym analizom aktualności i naturalne są zmiany aktu prawnego o ile zachodzi obiektywna konieczność jego aktualizacji.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	2. Okresy przejściowe. Poza tym, że jestem zdecydowanym zwolennikiem	Uwaga nieuwzględniona. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia

			skrócenia do 24 miesięcy (taki jest standard w innych miastach) przede wszystkim postuluję dodanie punktu, który nie pozostawi wątpliwości co do reklam już dziś nielegalnych czyli: " Okres przejściowy nie dotyczy nośników sprzecznych z poprzednio obowiązującymi przepisami"	zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Zamiar wprowadzenia przedmiotowych przepisów uchwały „krajobrazowej” nie spotkał się z entuzjazmem przedsiębiorców, którzy wnioskowali o wydłużenie okresu dostosowawczego nawet do 5÷8 lat – ważne jest, aby poza osiągnięciem głównego celu, jakim jest znacząca poprawa wizerunku miasta, proces ten przebiegał bez zbędnych konfliktów społecznych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy pozwoli na względnie spokojną i pozbawioną napięć społecznych powszechną operację dostosowawczą – proponowany okres dwóch lat uznaje się za zbyt krótki z punktu widzenia przedsiębiorców i reklamodawców. Ustalenia przyjmowane przez inne miasta nie są wiążące i nie podziela się zdania, że stanowią one w tym zakresie „standardy”. Nie jest zrozumiała intencja propozycji zamieszczenia w projekcie uchwały zapisu w brzmieniu „Okres przejściowy nie dotyczy nośników sprzecznych z poprzednio obowiązującymi przepisami”, bowiem „poprzednio obowiązujące przepisy” w tym zakresie nie istniały; ponadto obowiązujące powszechnie sposoby dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do wchodzących w życie przepisów zawarte są w § 15 Rozdziału VIII projektu uchwały „Przepisy przejściowe i końcowe”, gdzie w § 15 ust. 5 pkt 1 następuje rozróżnienie nośników usytuowanych nielegalnie („na dziko”) i usytuowanych na podstawie pozwolenia na budowę lub stosownego zgłoszenia.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	3. Ogrodzenia. Postuluję po pierwsze: ustalenie 10-letniego okresu na likwidację ogrodzeń powstałych przed wejście w życie uchwały, po drugie: że w ciągu 36 miesięcy muszą zostać udrożnione (przez korektę ogrodzeń) ciągi piesze, zgodne z pierwotnymi założeniami urbanistycznymi danego osiedla, obecnie zagrodzone (wiele jest takich miejsc na Czarnowie, ale też np. w rejonie Nowego Świata i Targowej)	Uwaga nieuwzględniona. W § 15 ust. 2 projektu uchwały zwolniono z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów istniejących w dniu wejścia tych przepisów w życie ogrodzeń budynków wielorodzinnych oraz obiektów małej architektury; dokonano tego na podstawie przepisu art. 37a ust. 10 pkt 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowych przepisów jest podyktowane względami społecznymi (spłatanie przez wspólnoty mieszkaniowe świeżo zaciągniętych kredytów pod budowę ogrodzeń) w zestawieniu z faktem, iż skala ilości ogrodzonych nieruchomości zabudowanych budynkami mieszkalnymi wielorodzinnymi jest w mieście Kielce stosunkowo niewielka. Nakaz likwidacji świeżo wzniesionych dużym kosztem ogrodzeń skutkowałby niepożądanymi konfliktami ze wspólnotami mieszkaniowymi, które słusznie domagałyby się

				ochrony praw nabytych (a taką ochronę praw nabytych dla ogrodzeń – w przeciwieństwie do tablic reklamowych – przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym umożliwiają) oraz zasadnych odszkodowań finansowych na drodze sądowej. Propozycja wprowadzenia zapisu „że w ciągu 36 miesięcy muszą zostać udrożnione (przez korektę ogrodzeń) ciągi piesze, zgodne z pierwotnymi założeniami urbanistycznymi danego osiedla, obecnie zagrodzone” nie może być zrealizowana z powodów formalnoprawnych; przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dają upoważnienia do formułowania tego typu przepisów, zaś powołanie się na „pierwotne założenia urbanistyczne osiedla” rodzą pytania pod względem prawnym i merytorycznym o jakie założenia w sensie dokumentacyjnym chodzi i jaka byłaby podstawa prawna takich działań. O ile chodnik znajduje się w granicach własności prywatnej, a powinien pełnić funkcję ciągu pieszego publicznego, naprawę takiej sytuacji należy przeprowadzić w oparciu o przepisy odrębne (wydzielenie, wykup).
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	4. Ściany szczytowe budynków - reklamy na nich, nawet po uporządkowaniu, ogromnie szpecą krajobraz (przykład: skrzyżowanie ulic Warszawskiej i Jesionowej), dlatego proszę o zmianę tych zapisów, tak by były dopuszczalne tylko murale reklamowe, ewentualnie pojedyncze reklamy wielkoformatowe (jak na ścianach wieżowców na osiedlu Uroczysko).	Uwaga nieuwzględniona. Propozycja, aby na ścianach szczytowych budynków dopuszczone były wyłącznie murale reklamowe jest zbyt daleko idąca. Przy tym nie istnieją żadne przesłanki dla tezy, że tablice reklamowe na ścianach szczytowych będą elementem szpecącym, a wykonany mural reklamowy szpecącym nie będzie. Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych (nie będących szyldami) na ścianach szczytowych budynków wynika z licznych wniosków wspólnot mieszkaniowych, dla których dochód z udostępnienia ścian pod komercyjne reklamy jest istotnym i często jedynym źródłem dochodu dla finansowania remontów budynków, przyłączy i innych potrzebnych działań inwestycyjnych w zakresie konserwacji i zagospodarowania wspólnotowej nieruchomości. Ponadto, jak zaznaczono w uzasadnieniu do projektu uchwały, celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji, a za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału. Omawiane dopuszczenie nie dotyczy stref „A” i „D” (zakaz sytuowania wszelkich tablic nie będących szyldami sformułowany w § 9 ust. 2 projektu uchwały) za wyjątkiem artystycznych murali reklamowych na warunkach określonych w § 5 ust. 5 pkt 6 projektu uchwały. W strefie „B” dopuszcza się sytuowanie na

				ścianach szczytowych dwóch jednakowych tablic formatu średniego lub dużego albo jednej tablicy formatu wielkiego na gwarantujących podstawowy porządek przestrzenny określonych w § 9 ust. 5 pkt 2 projektu uchwały.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	5. Operator Kieleckiego Informatora Społecznego właśnie zbankrutował, dlatego postuluję całkowitą eliminację zapisów o KIS w uchwale.	Uwaga nieuwzględniona. Bankructwo dotychczasowego operatora nie wyklucza w przyszłości reaktywacji bardzo dobrze przyjętych przez mieszkańców Kielc nośników informacyjno-reklamowych o specyficznej użyteczności sytuowanych przy przystankach transportu zbiorowego. O ile reaktywacja ta nie nastąpi szybko, „martwy” charakter regulacji w tym okresie nie stanowi żadnego problemu.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	6. Reklamy na rusztowaniach - zgodnie z doświadczeniami z dużych miast należy się zabezpieczyć przed "wiecznymi" remontami czyli rusztowaniami - pretekstami do zawieszenia reklam w centrum. Należy zatem wprowadzić ograniczenie czasowe.	Uwaga nieuwzględniona. Nie podziela się obawy, że przedsiębiorcy i władający nieruchomościami tylko i wyłącznie dla ekspozycji tablic reklamowych będą wznosili w centrum miasta niepotrzebne z punktu widzenia prac budowlanych rusztowania na długi („wieczny”) okres – zachowania innych miast w tym względzie (ustalenie limitów czasowych dla reklam sytuowanych na rusztowaniach budowlanych) uważa się za przesadzone. Ponadto uważa się, że pod względem estetycznym i jakości krajobrazu kulturowego nie ma większej różnicy, czy rusztowanie z siatką budowlaną będzie zawierało reklamę, czy też nie – oba przypadki w jednakowym stopniu stanowią chwilowe zaburzenie krajobrazu miejskiego.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	7. Ogródki gastronomiczne - proponuję zapisy o nich zastąpić odniesieniem do osobnej uchwały dotyczącej ogródków.	Uwaga nieuwzględniona. Tworzenie odrębnych przepisów dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obrębie sezonowych ogródków gastronomicznych w odrębnej uchwale rady gminy jest niecelowe z punktu widzenia użytkowego (przedsiębiorca gastronomiczny dla budowy swojej reklamy wizualnej będzie musiał się zapoznawać z dwoma niezależnymi aktami prawnymi) oraz formalnoprawnego (dotychczas zasady i warunki urządzania sezonowych ogródków gastronomicznych przyjęte były nie w drodze uchwały rady gminy, a w drodze zarządzenia prezydenta). Ponadto, przedmiotowy projekt uchwały reguluje nie tylko zagadnienia związane z ogródkami gastronomicznymi, ale zawiera także regulacje odnoszące się do elementów lokalizowanych poza granicami ogródka i poza obrębem samego lokalu bazowego (m.in. stojaki reklamowe tzw. „potykacze”, gabloty ekspozycyjne itp.) – racjonalne jest zatem, aby wszystkie tego typu regulacje zawarte były w jednym akcie prawnym.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	8. Co prawda sformułowanie "obiekty małej architektury" wynika z odrębnych przepisów, jednak moim zdaniem przydałaby się ich definicja w treści uchwały.	Uwaga nieuwzględniona. Zawieranie w akcie prawnym definicji czy regulacji, które znajdują się już w innym obowiązującym akcie prawnym (szczególnie wyższego rzędu), jest sprzeczne z zasadami techniki prawodawczej. Definicja

				pojęcia „obiektu małej architektury” zawarta jest w art. 3 pkt 4 ustawy Prawo budowlane.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	9. "W przypadku, gdy niezgodność z postanowieniami uchwały wynika z pojawienia się w przestrzeni, po wejściu w życie uchwały, nowego elementu wymienionego w § 12 ust. 2÷5 w mniejszej odległości niż dopuszczalna, obowiązek dostosowania występuje 1 rok po oddaniu do użytkowania nowego elementu" - Rozumiem powyższy zapis jako "furtkę" do stawiania nielegalnych reklam na okres 1 roku - czy należy to interpretować inaczej?	Uwaga nieuwzględniona. Wyjaśnienie: cytowany w uwadze przepis § 15 ust. 5 pkt 9 projektu uchwały przewiduje teoretycznie możliwą sytuację, kiedy pozwolenie na budowę lub przyjęcie stosownego zgłoszenia dotyczącego tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego następuje przed wejściem w życie uchwały „krajobrazowej”, a fizyczna realizacja tejże tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego następuje już po wejściu w życie przedmiotowej uchwały.
cd 14	30.09.2021 r.	R.Z. (osoba fizyczna)	10. Postuluję przepisanie z uchwały gdańskiej precyzyjnego zapisu o następującej treści: Ustala się następujące zasady i warunki dostosowania dla obiektów małej architektury, o których mowa w ust. (...): 1) usunięcie wszystkich niezgodnych z przepisami Uchwały elementów obiektów małej architektury wraz z ich zamocowaniami, w szczególności kotwień, fundamentów lub otworów po tych zamocowaniach; 2) przywrócenie elementów przestrzeni zmienionych w wyniku sytuowania obiektów małej architektury do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego.	Uwaga nieuwzględniona. Wprowadzanie przedstawionych „gdańskich” przepisów dotyczących zasad i warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury do wchodzących w życie przepisów uchwały „krajobrazowej” jest niecelowe, ponieważ w § 15 ust. 2 przedmiotowego projektu uchwały „kieleckiej” obiekty małej architektury zwolniono z obowiązku dostosowania do nowych regulacji. W mieście Kielce nie odnotowano sytuacji, gdzie obiekty małej architektury stanowią jaskrawy dysonans w krajobrazie. Ponadto, redukcja przepisami administracyjnymi twórczych możliwości kształtowania formy obiektów małej architektury przy założeniu pożądanej różnorodności i swobody twórczej w tym zakresie uznano za nieracjonalne. Biorąc pod uwagę powyższe, wprowadzenie proponowanych przepisów do uchwały „krajobrazowej” w praktyce sprowadzałoby się do prostego nakazu uporządkowania terenu po usunięciu obiektu małej architektury wynikającym wyłącznie z woli władającego, co w tym kontekście wydaje się przesadzone.
15	30.09.2021 r.	M.A. (osoba fizyczna)	1. Na mapie są enklawy stref C w miejscach, gdzie nie ma to żadnego uzasadnienia np. fragment ulicy Zagórskiej, okolice ulicy Starodomaszowskiej, czy ulica Wapiennikowa. Tak samo w przypadku pawilonów handlowych na osiedlach (pawilony powinny być w strefie B). Niezrozumiałym jest również że jedne pawilony są w strefie jako C, a inne już nie.	Uwaga nieuwzględniona. W strefowej konstrukcji podziału miasta Kielce na cztery strefy o odmiennych regulacjach w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych założono, że stosunkowo najbardziej liberalne (najmniej rygorystyczne) przepisy dotyczyć powinny terenów o dominujących funkcjach gospodarczych, tj. tereny przemysłu, baz, składów, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² , obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych – obszary te

			Należy również uwzględnić tereny, które już teraz się przekształcają i w niedalekiej przyszłości zmienią swój charakter.	wyodrębniono na Załączniku nr 2 do projektu uchwały „Rysunek granic stref” jako strefę „C”. Zdecydowano przy tym, że do strefy „C” należeć też będą dające się wyodrębnić lokalne osiedlowe centra usługowo-handlowe – stąd na Załączniku nr 2 do projektu uchwały stosunkowo duże rozdrobnienie różnej wielkości i kształtów obszarów zakwalifikowanych do strefy „C”. Skupiska (nawet niewielkie), gdzie koncentrują się funkcje usługowo-handlowe o zdecydowanie lokalnym charakterze – w tym o charakterze osiedlowym – zakwalifikowano do strefy „C” dlatego, że uznano iż są one, jako lokalne centra konsumpcyjne świadczące usługi komercyjne dla mieszkańców osiedli, przestrzeniami silnie predysponowanymi do ekspozycji treści typowo konsumpcyjnych. Dlatego w ramach każdej istniejącej w Kielcach struktury mieszkaniowej (każdego osiedla) zidentyfikowano i wyodrębniono takie, niewielkie nawet, ośrodki handlowo-usługowe (niegdyś zwane „ośrodkami usługowymi II stopnia”) i zaliczono do strefy „C”. W tym kontekście nie podziela się zdania składającego uwagę, że lokalne osiedlowe centra handlowo-usługowe powinny być zaliczone do strefy „B” – w logice projektowanego aktu prawnego na strefę „B” składają się głównie struktury mieszkaniowe i usługowe o charakterze niekomercyjnym. Zauważa się, że pod względem strukturalnym, architektonicznym i całościowo krajobrazowym centra handlowo-usługowe (także lokalne, osiedlowe) różnią się zasadniczo od struktur mieszkaniowych. Wobec powyższych założeń nie podziela się zdania, że wydzielenie podobszarów strefy „C” w rejonach np. ulicy Zagórskiej, Starodomaszowskiej i Wapiennikowej nie ma uzasadnienia – są to bowiem wyżej opisane lokalne skupiska (choć niewielkie) funkcji handlowo-usługowych, w szczególności jest to oczywiste w przypadku rejonu ulicy Wapiennikowej (centrum handlowo-usługowe osiedla Barwinek). Podniesiona w uwadze „niezrozumiałość” w wydzielaniu granic stref jest stanowiskiem subiektywnym, choć przyznać należy, że w przypadkach lokalnych struktur niezbyt wyraźnie wykrystalizowanych o charakterze funkcjonalnie mieszanym decyzje projektowe w tym zakresie nastroczały pewne dylematy i trudności. O ile jest oczywiste, że istnieją obszary miasta, które pod względem funkcjonalnym i strukturalnym podlegają mniej lub bardziej dynamicznym przekształceniom, to klasyfikację strefową przeprowadzono w oparciu o funkcje obecnie dominujące oraz dyspozycje funkcjonalne zawarte w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Kielce; ponadto każdy akt prawny (w tym uchwała „krajobrazowa”) podlega cyklicznym analizom aktualności i
--	--	--	---	--

				naturalne są zmiany aktu prawnego o ile zachodzi obiektywna konieczność jego aktualizacji.
cd 15	30.09.2021 r.	M.A. (osoba fizyczna)	2. Okres przejściowy powinien wynosić 24 miesiące i nie powinien dotyczyć reklam niezgodnych z aktualnie obowiązującymi przepisami.	Uwaga nieuwzględniona. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pospiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Zamiar wprowadzenia przedmiotowych przepisów uchwały „krajobrazowej” nie spotkał się z entuzjazmem przedsiębiorców, którzy wnioskowali o wydłużenie okresu dostosowawczego nawet do 5÷8 lat – ważne jest, aby poza osiągnięciem głównego celu, jakim jest znacząca poprawa wizerunku miasta, proces ten przebiegał bez zbędnych konfliktów społecznych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy pozwoli na względnie spokojną i pozbawioną napięć społecznych powszechną operację dostosowawczą – proponowany okres dwóch lat uznaje się za zbyt krótki z punktu widzenia przedsiębiorców i reklamodawców. Postulat, aby okres przejściowy (dostosowawczy) „nie powinien dotyczyć reklam niezgodnych z aktualnie obowiązującymi przepisami” jest niezrozumiały, ponieważ w sposób oczywisty przepisy „dostosowawcze” dotyczą tych tablic i urządzeń reklamowych, które nie spełniają wchodzących w życie przepisów.
cd 15	30.09.2021 r.	M.A. (osoba fizyczna)	3. Należy ustalić czas likwidacji obecnych grodzień np. 5-10 lat. Dodatkowo należy uwzględnić udrożnienie ciągów pieszych obecnie blokowanych przez ogrodzenia osiedli. To jest bardzo ważna kwestia i należy ją uwzględnić w treści uchwały. Zabezpieczyć to też przed masowym grodzeniem przed wejściem w życie przepisów.	Uwaga nieuwzględniona. W § 15 ust. 2 projektu uchwały zwolniono z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów istniejących w dniu wejścia tych przepisów w życie ogrodzeń budynków wielorodzinnych oraz obiektów małej architektury; dokonano tego na podstawie przepisu art. 37a ust. 10 pkt 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowych przepisów jest podyktowane względami społecznymi (spłacanie przez wspólnoty mieszkaniowe świeżo zaciągniętych kredytów pod budowę ogrodzeń) w zestawieniu z faktem, iż skala ilości ogrodzonych nieruchomości zabudowanych budynkami mieszkalnymi wielorodzinnymi jest w mieście Kielce stosunkowo niewielka. Nakaz likwidacji świeżo wzniesionych dużym kosztem ogrodzeń skutkowałby niepożądanymi konfliktami ze wspólnotami mieszkaniowymi, które słusznie domagałyby się ochrony praw nabytych (a taką ochronę praw nabytych dla ogrodzeń – w przeciwieństwie do tablic reklamowych – przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym umożliwiają) oraz zasadnych

				odszkodowań finansowych na drodze sądowej. „Udrożnienie ciągów pieszych obecnie blokowanych przez ogrodzenia osiedli” leży poza problematyką uchwały „krajobrazowej”; nie jest możliwe nakazanie publicznej dostępności elementów będących własnością prywatną (wspólnoty mieszkaniowej) – tego typu problemy przestrzenne należy rozwiązywać w drodze odrębnych procedur (wydzielenie, wykup). Ponadto, nie zaobserwowano w Kielcach procesu „masowego grodzenia” przed wejściem w życie przepisów projektu uchwały „krajobrazowej”, gdzie jej rychłe uchwalenie (w 1 kwartale 2022 roku) jest sygnalizowane w lokalnych mediach od dłuższego czasu.
cd 15	30.09.2021 r.	M.A. (osoba fizyczna)	4. Na ścianach szczytowych budynków powinny znajdować się jedynie murale reklamowe.	Uwaga nieuwzględniona. Propozycja, aby na ścianach szczytowych budynków dopuszczone były wyłącznie murale reklamowe jest zbyt daleko idąca. Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych (nie będących szyldami) na ścianach szczytowych budynków wynika z licznych wniosków wspólnot mieszkaniowych, dla których dochód z udostępnienia ściany pod komercyjne reklamy jest istotnym i często jedynym źródłem dochodu dla finansowania remontów budynków, przyłączy i innych potrzebnych działań inwestycyjnych w zakresie konserwacji i zagospodarowania wspólnotowej nieruchomości. Ponadto, jak zaznaczono w uzasadnieniu do projektu uchwały, celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji, a za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału. Zawartą w uwadze propozycję realizują przepisy projektowanej uchwały dla stref „A” i „D” (zakaz sytuowania wszelkich tablic nie będących szyldami sformułowany w § 9 ust. 2 projektu uchwały) za wyjątkiem artystycznych murali reklamowych na warunkach określonych w § 5 ust. 5 pkt 6 projektu uchwały. W strefie „B” dopuszcza się sytuowanie na ścianach szczytowych dwóch jednakowych tablic formatu średniego lub dużego albo jednej tablicy formatu wielkiego na gwarantujących podstawowy porządek przestrzenny określonych w § 9 ust. 5 pkt 2 projektu uchwały.
cd 15	30.09.2021 r.	M.A. (osoba fizyczna)	5. Proszę o ustalenie zasad dotyczących reklam na rusztowania tak, aby zabezpieczyć się przed ciągłymi remontami. Wprowadzić limit czasowy np. 6 miesięcy nie częściej niż raz na 3	Uwaga nieuwzględniona. Nie podziela się obawy, że przedsiębiorcy i władający nieruchomością tylko i wyłącznie dla ekspozycji tablic reklamowych będą wznosili w mieście niepotrzebne z punktu widzenia prac budowlanych rusztowania na długi okres, lub też będą prace budowlane w tym celu sztucznie przedłużać – propozycję (ustalenie limitów czasowych dla

			lata. Jeśli remont trwa dłużej lub częściej, reklama powinna być zakazana."	reklam sytuowanych na rusztowaniach budowlanych) i stanowiące jej podstawę obawy uważa się za przesadzone. Ponadto uważa się, że pod względem estetycznym i jakości krajobrazu kulturowego nie ma większej różnicy, czy rusztowanie z siatką budowlaną będzie zawierało reklamę, czy też nie – oba przypadki w jednakowym stopniu stanowią chwilowe zaburzenie krajobrazu miejskiego.
16	30.09.2021 r.	G.B. (osoba fizyczna)	1. "Uchwała powinna być bardziej restrykcyjna i zawierać analogiczne rozwiązania do zastosowanych np. w Krakowie. Terminy do wdrożenia uchwały powinny być zdecydowanie krótsze.	Uwaga nieuwzględniona. Brak jest podstaw, aby przyjmować czy też kopiować regulacje przyjmowane w innych miastach, o odmiennych uwarunkowaniach. Jak podkreślono w uzasadnieniu, celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji, a za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału. Założeniem projektowanych przepisów w mieście Kielce było równoważenie możliwości eksponowania m.in. tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z elementarnymi wymogami estetyki i harmonii krajobrazu kulturowego w ujęciu całościowym oraz w odniesieniu do tzw. porządku architektonicznego budynków, budowli i innych elementów zagospodarowania przestrzennego tworzących wizerunek przestrzeni miejskiej. W komentarzach i uwagach do przedmiotowego projektu uchwały przedsiębiorcy i reklamodawcy zarzucają zbyt dużą restrykcyjność przepisów, zaś wielbiciel architektury i urbanistyki zbyt dużą liberalność – co sygnalizuje, że zamiar równoważenia przepisów został zrealizowany. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Zamiar wprowadzenia przedmiotowych przepisów uchwały „krajobrazowej” nie spotkał się z entuzjazmem przedsiębiorców, którzy wnioskowali o wydłużenie okresu dostosowawczego nawet do 5÷8 lat – ważne jest, aby poza osiągnięciem głównego celu, jakim jest znacząca poprawa wizerunku miasta, proces ten przebiegał bez zbędnych konfliktów społecznych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy pozwoli na względnie

				spokojną i pozbawioną napięć społecznych powszechną operację dostosowawczą – proponowany okres dwóch lat uznaje się za zbyt krótki z punktu widzenia przedsiębiorców i reklamodawców.
cd 16	30.09.2021 r.	G.B. (osoba fizyczna)	2. Należy uprościć mapę stref, by nie zawierała ona ""enklaw"". Należy poszerzyć strefy o surowszych wymagach wobec reklam.	Uwaga nieuwzględniona. Jednym z głównych założeń do konstrukcji podziału strefowego było uwzględnienie w strefie „C” (gdzie wymogi są najmniej restrykcyjne) dających się wyodrębnić lokalnych osiedlowych centrów usługowo-handlowych – stąd na Załączniku nr 2 do projektu uchwały „Rysunek granic stref” stosunkowo duże rozdrobnienie różnej wielkości i kształtów obszarów zakwalifikowanych do strefy „C”. Skupiska (nawet niewielkie), gdzie koncentrują się funkcje usługowo-handlowe o zdecydowanie lokalnym charakterze – w tym o charakterze osiedlowym – zakwalifikowano do strefy „C” dlatego, że uznano iż są one, jako lokalne centra konsumpcyjne świadczące usługi komercyjne dla mieszkańców osiedli, przestrzeniami silnie predysponowanymi do ekspozycji treści typowo konsumpcyjnych. Dlatego w ramach każdej istniejącej w Kielcach struktury mieszkaniowej (każdego osiedla) zidentyfikowano i wyodrębniono takie, niewielkie nawet, ośrodki handlowo-usługowe (niegdyś zwane „ośrodkami usługowymi II stopnia”) i zaliczono do strefy „C”. Co do podniesionego w uwadze postulatu zaostreżenia wymogów i poszerzenia stref z surowymi warunkami – w trakcie prac znacząco powiększono strefę „A” z najbardziej restrykcyjnymi wymogami, ponadto (jak podkreślono w uzasadnieniu do projektu uchwały) celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji, a za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału.
cd 16	30.09.2021 r.	G.B. (osoba fizyczna)	3. Forma konsultacji sprawia, że udział w nich jest trudny: nie podano przykładów dopuszczalnych i niedopuszczalnych reklam, nie podano uzasadnienia dla przyjętych rozwiązań. Należy rozważyć przeprowadzenie rzetelnych konsultacji umożliwiających zrozumienie istoty uchwały przeciętnemu mieszkańcowi.	Uwaga nieuwzględniona. Wyłożenia projektowanych przepisów do publicznego wglądu dokonano zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, analogicznie jak w przypadku projektów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, gdzie przedstawia się do konsultacji projekt prawa lokalnego z załącznikami z reguły bez dodatkowych przykładowych symulacji przekształceń przestrzennych czy też uzasadnień i wyjaśnień dla każdej z osobna decyzji projektowej. Podkreślić też należy, że Prezydent Miasta Kielce w początkowej fazie procedury sporządzania projektu uchwały dokonał pozaustawowych konsultacji

				„startowej” wersji uchwały (także z potencjalnymi kontestatorami, tj. izbami gospodarczymi reklamy zewnętrznej) co zaowocowało bardzo dużą ilością wypowiedzi i spowodowało rozległe i znaczące zmiany w początkowo projektowanych przepisach. Nie uważa się więc, że przeprowadzony przez organ dialog i konsultacje były „nierzetelne”. Jak dotąd, nie zanotowano przypadków niezrozumienia przedstawianych przepisów ani narzekania na ich redakcję – przeciwnie, wszyscy komentujący projekt uchwały (także duża ilość „przeciętnych mieszkańców”) wykazali się dużą wnikliwością i spostrzegawczością. Ideologiczne i ogólne systemowe uzasadnienie przyjętych rozwiązań zawarte jest w podanym do publicznej wiadomości uzasadnieniu do projektu uchwały. Materiały graficzne obrazujące w prosty i czytelny sposób główne zasady przewidziane w przedmiotowych przepisach planuje się opracować i rozpowszechnić po przyjęciu uchwały przez Radę Miasta Kielce.
17	30.09.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	1. "Uchwała Krajobrazowa powinna być zdecydowanie bardziej restrykcyjna, nie można dopuścić do tego aby była to najbardziej liberalna uchwała krajobrazowa w Polsce. ""Śmietnik przestrzenny"" jest u nas nie do opisania i potrzeba zdecydowanych kroków aby nie zostać na zawsze ""trzecim światem"" - w ogonie polskich miast (którym i tak zazwyczaj daleko do Europy Zachodniej).	Uwaga nieuwzględniona. W założeniach do opracowania przepisów uchwały „krajobrazowej” nie było zamiaru tworzenia w mieście Kielce przepisów jako bardzo restrykcyjnych (co się proponuje w uwadze), mających na celu eliminację tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z przestrzeni publicznej lub istotną redukcję ich ilości – założono natomiast (jak zapisano w uzasadnieniu do projektu uchwały) konieczność równoważenia potrzeb i możliwości eksponowania m.in. tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z potrzebą kreowania krajobrazu przestrzeni miejskiej zgodnie z elementarnymi zasadami estetyki i harmonii krajobrazu kulturowego w ujęciu całościowym oraz w odniesieniu do tzw. porządku architektonicznego budynków, budowli i innych elementów zagospodarowania przestrzennego tworzących wizerunek przestrzeni miejskiej. U podstaw takiego założenia leży przekonanie, że ww. zrównoważenie i zharmonizowanie reklam i krajobrazu miejskiego jest możliwe bez uciekania się do tak radykalnych kroków jak maksymalnie możliwa redukcja ilości tablic reklamowych. Jak każda składowa krajobrazu miejskiego (historycznego i współczesnego), odpowiednio zaprojektowane i usytuowane szyldy i reklamy mogą stanowić zharmonizowane z architekturą elementy wręcz ubogacające architekturę i miejski krajobraz kulturowy. Problemem nie jest sam fakt istnienia wizualnej reklamy zewnętrznej (jest to bardzo istotna, potrzebna i wciąż rozwijająca się gałąź gospodarki i biznesu), a brak jej uporządkowania i prawidłowego wkomponowania w krajobraz. Dlatego przedstawiane przepisy aktu prawa lokalnego mają na celu uporządkowanie przestrzeni, zatrzymanie

				rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego, ale jednocześnie zachowując i budując szerokie możliwości dla estetycznej informacji wizualnej i skutecznej oraz czytelnej dla klientów prezentacji działalności. Jako podstawowy problem i główną konkretną przyczynę narastającej pod tym względem degradacji przestrzeni publicznej Kielc zidentyfikowano nie samo istnienie tablic reklamowych, a liczne zjawiska lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych niespójnych pod względem rodzaju, formatu i materiału oraz przypadkowe, najczęściej niefortunne ich usytuowanie przy braku jakichkolwiek reguł lokalizacyjnych dla prawidłowych relacjach z tłem i otoczeniem. Nie podziela się zdania, że istnienie w krajobrazie marketingu reklamowego jest z definicji złem i synonimem „trzeciego świata”.
cd 17	30.09.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	2. Mapa stref, która stanowi załącznik do uchwały, powinna być znacznie uproszczona. Nie może być tak, że co chwila obowiązuje inna strefa. Niedopuszczalne jest aby w granicach strefy bardziej restrykcyjnej, były co kilkaset metrów enklawy z zasadami bardziej poluzowanymi. Takie rozdrabnianie się nie pomoże ani na zaśmieszenie krajobrazu, ani na zrozumienie zasad przez mieszkańców, ani nie ułatwi późniejszej kontroli. Istnienie akurat w danym miejscu galerii handlowej czy też pawilonów handlowych nie powinno automatycznie oznaczać, że to jest jakaś inna strefa. Budynki po prostu muszą być dopasowane do ogólnych zasad obowiązujących na danym terenie. Ponadto część stref jest już nieaktualna albo się właśnie dezaktualizuje, ponieważ wiele terenów przemysłowych przekształcanych jest na tereny mieszkaniowe. Zasady powinny być zapisane w sposób uniwersalny i możliwie prosty, tak aby było możliwe przedstawienie ich w czytelny sposób na grafikach dla mieszkańców (podobnie jak to jest robione w innych miastach).	Uwaga nieuwzględniona. Nie jest zrozumiałe i uzasadnione, dlaczego mapa stref o odmiennych regulacjach powinna być znacznie uproszczona, a projektowane w Załączniku nr 2 do uchwały „Rysunek granic stref” „rozdrobienie” tych stref nie pozwoli na osiągnięcie celów, dla jakich te przepisy są tworzone. W tym kontekście należy zauważyć, że pozostałe inne dokumenty mapowe dotyczące przestrzeni miasta (w tym akty prawa lokalnego) a w szczególności rysunek Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Kielce oraz rysunki obowiązujących planów miejscowych, prezentują dużo większe „rozdrobienie” wydzielanych terenów (stref) o odmiennych zasadach zagospodarowania niż ww. „Rysunek granic stref”. Dzieje się tak dlatego, że struktura miasta jest bardzo różnorodna pod względem funkcjonalnym i strukturalnym i do tej różnorodności wydzielonych terenów o jednolitych wewnętrznych cechach należy stosownie dopasowywać regulacje prawne – synchronizacja skali „Rysunku granic stref” do skali terenów wyodrębnianych w innych dokumentach planistycznych traktować należy raczej jako zaletę niż wadę, ponieważ podział taki odzwierciedla istniejącą i planowaną strukturę urbanistyczną. Ponadto, skala rozdrobnienia terenów wyodrębnianych w miejskich dokumentach planistycznych nie przeszkadza ani w zrozumieniu zapisanych tam zasad przez mieszkańców, ani nie utrudnia kontroli. Skupiska (nawet niewielkie), gdzie koncentrują się funkcje usługowo-handlowe o zdecydowanie lokalnym charakterze – w tym o charakterze osiedlowym – zakwalifikowano do strefy „C” dlatego, że uznano iż są one, jako lokalne centra konsumpcyjne świadczące usługi komercyjne dla mieszkańców osiedli, przestrzeniami silnie predysponowanymi do ekspozycji treści typowo

				konsumpcyjnych. Dlatego w ramach każdej istniejącej w Kielcach struktury mieszkaniowej (każdego osiedla) zidentyfikowano i wyodrębniono takie, niewielkie nawet, ośrodki handlowo-usługowe (niegdyś zwane „ośrodkami usługowymi II stopnia”) i zaliczono do strefy „C”.
cd 17	30.09.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	3. W uchwale powinny być zapisy o nielegalności wszelkich mrugających i przekraczających normy jasności ekranów ledowych. W to należy włączyć ekrany tak zwanego ""Kieleckiego Informatora Społecznego"", który okazał się jednym wielkim niewypałem. Nie przynosi on miastu żadnej wartości dodanej, treści tam wyświetlane nie są przez nikogo obserwowane, do tego stopnia, że nie opłaca się nawet tam wyświetlać reklam. Obecnie ekrany zostały zdemontowane i nie powinny nigdy więcej zawisnąć. Mieszkańcy mojej Wspólnoty Mieszkaniowej wielokrotnie zgłaszali, że mrugające nocą ekrany rozświetlały im pomieszczenia nawet o godzinie 3 czy 4 nad ranem. Jest to sytuacja niedopuszczalna i umieszczanie KIS w Uchwale jako legalnego nośnika budzi mój oraz wielu innych osób sprzeciw.	Uwaga nieuwzględniona. W § 5 ust. 3 pkt 12 i w § 6 ust. 2 projektu uchwały sformułowano zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zmiennych oraz szyldów zmiennych (zdefiniowanych w § 4 ust. 1 pkt 42) w strefach „A”, „B” i „D”, z wyjątkiem wyświetlaczy stanowiących element tablic informujących o cenach paliw (pylonów cenowych), nośników Kieleckiego Informatora Społecznego oraz stanu miejsc parkingowych. szyldów zmiennych. Propozycja wprowadzenia do projektu uchwały zapisu o „nielegalności” istniejących „mrugających i przekraczających normy jasności ekranów ledowych” nie może być przyjęta, bowiem w większości zostały one wzniezione legalnie – będą za to podlegać obowiązkowi dostosowania do wchodzących w życie przepisów uchwały „krajobrazowej”, co w świetle przytoczonych wyżej przepisów w strefach „A”, „B” i „D” oznaczałoby konieczność ich demontażu. Ocena nośników Kieleckiego Informatora Społecznego jest subiektywna – jak dotąd, wyrażane przez mieszkańców opinie w tej kwestii były w większości pozytywne. Jest to nośnik stosunkowo kameralny (definicja w § 4 ust. 1 pkt 12), na którym wyświetlane mogą być syntetyczne informacje dla mieszkańców m.in. o stanie zanieczyszczenia powietrza, temperaturze powietrza, wartość ciśnienia atmosferycznego, prędkość i kierunek wiatru, alerty pogodowe, komunikaty i ostrzeżenia wydawane przez IMGW-PIB, informacje o imprezach miejskich, sportowych itp. Wśród uwag zgłoszonych do niniejszego projektu uchwały jest też postulat o dopuszczeniu tego typu nośników informacyjno-reklamowych. Zgodnie z przepisami uchwały nośniki te dopuszczone są wyłącznie przy przystankach transportu zbiorowego, gdzie i tak istnieją inne wyświetlacze zmienne dużo większego formatu, informujące o przyjazdach miejskich autobusów.
cd 17	30.09.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	4. Dworzec kolejowy powinien być włączony do strefy śródmiejskiej - jako bardzo ważny obiekt użyteczności publicznej, powinien wraz ze swoim otoczeniem spełniać najwyższe standardy.	Uwaga nieuwzględniona. Dworzec kolejowy wraz z sąsiadującym budynkiem Poczty Polskiej i nieruchomością d. galerii „Hossa” zakwalifikowany został do strefy „C”. O ile zgodzić się należy że jest to ważny obiekt użyteczności publicznej i powinien spełniać najwyższe standardy, to jako ruchliwy regionalny węzeł transportowy jest też przestrzenią predysponowaną do eksponowania reklam komercyjnych, co nie wyklucza spełniania wysokich standardów przestrzennych.

cd 17	30.09.2021 r.	M.K. (osoba fizyczna)	5. Czas na dostosowanie się do zasad zawartych w uchwale powinien zostać skrócony wzorem innych miast do maksymalnie 24 miesięcy. Dodać również należy zapis o okresie dostosowawczym w przypadku ogrodzeń. Brak takiego okresu dostosowawczego, spowoduje, że tuż przed wejściem w życie uchwały pojawi się nagły i niekontrolowany wysyp takich ogrodzeń.	Uwaga nieuwzględniona. Ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego, finansowego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Zamiar wprowadzenia przedmiotowych przepisów uchwały „krajobrazowej” nie spotkał się z entuzjazmem przedsiębiorców, którzy wnioskowali o wydłużenie okresu dostosowawczego nawet do 5÷8 lat – ważne jest, aby poza osiągnięciem głównego celu, jakim jest znacząca poprawa wizerunku miasta, proces ten przebiegał bez zbędnych konfliktów społecznych. Określony w projekcie uchwały kompromisowy trzyletni okres dostosowawczy pozwoli na względnie spokojną i pozbawioną napięć społecznych powszechną operację dostosowawczą – proponowany okres dwóch lat uznaje się za zbyt krótki z punktu widzenia przedsiębiorców i reklamodawców. W § 15 ust. 2 projektu uchwały zwolniono z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów istniejących w dniu wejścia tych przepisów w życie ogrodzeń budynków wielorodzinnych oraz obiektów małej architektury; dokonano tego na podstawie przepisu art. 37a ust. 10 pkt 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowych przepisów jest podyktowane względami społecznymi (spłacanie przez wspólnoty mieszkaniowe świeżo zaciągniętych kredytów pod budowę ogrodzeń) w zestawieniu z faktem, iż skala ilości ogrodzonych nieruchomości zabudowanych budynkami mieszkalnymi wielorodzinnymi jest w mieście Kielce stosunkowo niewielka. Nakaz likwidacji świeżo wzniesionych dużym kosztem ogrodzeń skutkowałaby niepożądanymi konfliktami ze wspólnotami mieszkaniowymi, które słusznie domagałyby się ochrony praw nabytych (a taką ochronę praw nabytych dla ogrodzeń – w przeciwieństwie do tablic reklamowych – przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym umożliwiają) oraz zasadnych odszkodowań finansowych na drodze sądowej. Ponadto, nie zaobserwowano w Kielcach procesu „nagłego i niekontrolowanego wysypu ogrodzeń” przed wejściem w życie przepisów projektu uchwały „krajobrazowej”, gdzie jej rychłe uchwalenie (w 1 kwartale 2022 roku) jest sygnalizowane w lokalnych mediach od dłuższego czasu.
18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	1. Wniosek o wyjaśnienie zapisu § 4 ust. 1 pkt 7) czy zapis mówiący o liniowym rzucie	Uwaga uwzględniona. Wyjaśnienie: definicja formatu dużego zawarta w § 4 ust. 1 pkt 7 w sposób jednoznaczny odnosi się do powierzchni ekspozycyjnej

			odnosi się tylko do powierzchni ekspozycyjnej czy do całej konstrukcji na której są powierzchnie reklamowe (jeśli rzut liniowy obejmował by byłby liczony ze wszystkimi elementami konstrukcyjnymi (podesty i lampy) to istniejące urządzenia reklamowe nie będą spełniać założeń uchwały). Projekty z takimi konstrukcjami zostały przez urząd zaakceptowane w drodze przyjęcia zgłoszenia lub pozwoleniem na budowę.	tablicy reklamowej i nie odnosi się do konstrukcji na której tablica reklamowa jest usytuowana. Uwzględnienie uwagi (wyjaśnienie) nie wymaga zmiany projektu uchwały.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	2. W przypadku, gdyby rzut liniowy miałby być mierzony nie tylko od powierzchni ekspozycyjnej ale całej konstrukcji – wniosek o zmianę § 4 ust. 1 pkt 7) przez m.in. wykreślenie części zapisu dotyczącego wymiaru liniowego w rzucie oraz maksymalnej grubości.	Uwaga uwzględniona. Jak wyżej: definicja formatu dużego zawarta w § 4 ust. 1 pkt 7 w sposób jednoznaczny odnosi się do powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej i nie odnosi się do konstrukcji na której tablica reklamowa jest usytuowana. Uwzględnienie uwagi (wyjaśnienie) nie wymaga zmiany projektu uchwały.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	3. Wniosek o zmianę § 12 ust. 4 pkt 3) – odległość nośnika reklamowego typu R3 w stosunku do innych nośników reklamowych typu R2 lub typu R3: 50 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej i 60 m wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej, głównej, głównej ruchu przyspieszonego, głównej oraz kategorii wojewódzkiej lub krajowej. Uchwała nie przewiduje przypadku, gdzie dwa urządzenia reklamowe posiadają zgody na usytuowanie, a wtedy nie będzie wiadomo, które urządzenie reklamowe mają być dostosowane do wymogów uchwały.	Uwaga nieuwzględniona. Określenie w projektowanych przepisach uchwały minimalnych wzajemnych odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych jest niezbędne dla osiągnięcia zakładanych celów wprowadzanych przepisów, tj. powstrzymanie istniejącego chaosu reklamowego spowodowanego lokalnym nagromadzeniem w jednym rejonie lub miejscu dużej ilości tablic reklamowych – dotyczy to także przestrzeni wzdłuż dróg publicznych. Minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych uzależniono od typów tych tablic/urządzeń reklamowych i klasy technicznej lub kategorii drogi publicznej wzdłuż której są usytuowane. Ustalono w § 12 ust. 4 pkt 3 minimalne odległości nośnika reklamowego typu R3 od innych nośników reklamowych typu R2 lub typu R3 (po tej samej stronie jezdni) w wielkości 100 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej i 200 m wzdłuż drogi klasy technicznej ekspresowej, głównej, głównej ruchu przyspieszonego oraz kategorii wojewódzkiej i krajowej zostały przyjęte racjonalnie, biorąc pod uwagę nie tylko szeroko pojęty krajobraz wzdłuż drogi ale także prędkości pojazdów, które na tego typu drogach mogą być rozwijane. Np. przy dopuszczalnej na drodze ekspresowej prędkości 120 km/h sekwencja obrazów postrzeganych przez kierowcę przy założeniu odległości tablic reklamowych 200 m będzie się pojawiała w interwale czasowym 6 sekund – biorąc pod uwagę ten aspekt stwierdzić należy, że jest

				to częstotliwość stosunkowo duża i nieracjonalne byłoby ją jeszcze powiększać. W tym przypadku propozycja zmniejszenia minimalnej odległości do 60 m dawałaby przy ww. założeniach interwał czasowy pojawiania się informacji wizualnych w wielkości 1,8 sekundy. Podobną logiką przyświecała określeniu minimalnych wzajemnych odległości w pozostałych przypadkach i konfiguracjach. Ustalone w kieleckim projekcie uchwały tzw. „krajobrazowej” minimalne wzajemne odległości wolnostojących tablic reklamowych usytuowanych wzdłuż dróg w zestawieniu z podobnymi regulacjami przyjętymi w innych miastach uznać należy w tym kontekście za jedne z bardziej liberalnych z punktu widzenia reklamodawców. Warunki i zasady dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie przepisów przedmiotowego projektu uchwały do tych przepisów określone są w § 15 Rozdziału VIII projektu uchwały „Przepisy przejściowe i końcowe”, w szczególności w ust. 5.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	4. Wniosek o wykreślenie z § 12 ust. 5 pkt 1) litery „b” dla urządzeń reklamowych, które zostały legalnie ustawione na podstawie zgód i decyzji wydanych przez właściwe urzędy.	Uwaga nieuwzględniona. Określenie minimalnej odległości tablicy reklamowej typu R3 (wym. 6,0 x 3,0 m, powierzchnia do 18,0 m ²) od elewacji budynku posiadającej otwory okienne w wielkości 10,0 m uznaje się za przepis stosunkowo liberalny – sytuowanie nośnika reklamowego tej wielkości w odległości mniejszej niż 10,0 m od elewacji budynków z otworami okiennymi stwarzałoby relacje nieprawidłową pod względem estetycznym i użytkowym. Przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie pozwalają na zwolnienie z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym wzniesionych legalnie) – możliwość taka została sformułowana wyłącznie dla obiektów małej architektury i ogrodzeń. Kwestia ochrony praw nabytych jest ściśle związana z przepisami samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, problematyka ta leży poza kompetencjami samorządu gminnego.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	5. Wniosek o wykreślenie z § 12 ust. 5 pkt 2) dla urządzeń reklamowych, które zostały ustawione na podstawie zgód wydanych przez Urząd Miasta Kielce (w każdym przypadku lokalizacja była uzgodniona i zatwierdzona pomimo istniejących wiat przystankowych)	Uwaga nieuwzględniona. Określenie minimalnej odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od wiat przystankowych (transportu zbiorowego) w wielkości 10,0 m uznaje się za przepis stosunkowo liberalny – sytuowanie nośnika reklamowego tej wielkości w odległości mniejszej niż 10,0 m od wiaty przystankowej stwarzałoby relacje nieprawidłowe pod względem estetycznym i użytkowym. Zaznacza się, że przepisy § 5 ust. 5 pkt 7 projektu uchwały dopuszczają sytuowanie tablic reklamowych o powierzchni do 3,0 m ² na samych wiatkach przystankowych – przy założeniu, że wiata przystankowa też jest nośnikiem tablic reklamowych trudno o

				ustalenie minimalnej od niej odległości mniejszej niż 10,0 m dla innych wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych. Kwestia ochrony praw nabytych jest ściśle związana z przepisami samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, problematyka ta leży poza kompetencjami samorządu gminnego.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	6. Wniosek o doprecyzowanie zapisu § 12 ust. 5 pkt 3) oraz znaczenie w załączniku graficznym pomników i miejsc pamięci od których odległość nośnika R3 ma wynosić 50 m – zgodnie z ogólnodostępnymi informacjami samych pomników jest w Kielcach ok. 250, dodatkowo są jeszcze miejsca pamięci. Niedoprecyzowanie punktów zlokalizowania pomników i miejsc pamięci nie pozwala na jasne określenie, gdzie mogą legalnie funkcjonować urządzenia reklamowe. Należy doprecyzować, czy odległość 50 m jest liczona jako promień od pomnika, czy w prostej linii wzdłuż drogi.	Uwaga nieuwzględniona. Zapis § 12 ust. 5 pkt 3 jest precyzyjny – ustala on minimalna odległość nośników reklamowych od pomników i miejsc pamięci. Nie jest celowe doprecyzowanie ww. zapisu, ponieważ odległość od siebie dwóch elementów jest pojęciem geometrycznie nie podlegającym interpretacjom (w tym przypadku, odnosząc się do treści uwagi – jako promień od pomnika). Wniosek o widocznienie na załączniku graficznym do projektu uchwały wszystkich istniejących w mieście pomników i miejsc pamięci odrzuca się z czysto praktycznego powodu – zbiór zlokalizowanych w mieście pomników i miejsc pamięci nieustannie powiększa się w czasie, bo powstają i powstawać będą kolejne, nowe tego typu obiekty; uwzględnienie uwagi w tym zakresie powodowałoby każdorazową konieczność zmiany (aktualizacji) uchwały w ustalonej ustawowej procedurze w przypadku powstania nowego pomnika czy miejsca pamięci. Ustalona odległość 50 m pozwala na prostą i szybką analizę w przypadku zamiaru sytuowania tablicy reklamowej w sąsiedztwie pomnika lub miejsca pamięci.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	7. Wniosek o zmianę § 15 ust. 1 (propozycja zapisu) tak, aby wyłączyć z obowiązku dostosowawczego tablice i urządzenia reklamowe, które zostały legalnie wybudowane na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. Traktowanie tak samo reklam wzniesionych legalnie ze stawianymi „na dziko” budzi szereg wątpliwości prawnych w zakresie zgodności z konstytucją RP, ponieważ prowadzi do pozbawienia należytej ochrony praw nabytych. Treść omawianych zapisów należy rozpatrywać w kategorii konstytucyjnej ochrony praw nabytych, utraty korzyści i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych.	Uwaga nieuwzględniona. Przepisy art. 37a ust. 10 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym stwarzają możliwość zwolnienia z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów wyłącznie obiektów małej architektury i ogrodzeń, nie wprowadza takiej możliwości dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Podniesiona kwestia konstytucyjnej ochrony praw nabytych i innych prawnie chronionych wartości wynikających z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej – jest ściśle związana z przepisami samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, na które samorząd gminny nie ma wpływu – wątpliwości związane z zapisami ustawowymi muszą być rozwiązywane w odrębnych stosownych procedurach leżących poza kompetencjami samorządu gminnego. Dla obiektów wzniesionych nielegalnie przewidziane są stosowne odrębne procedury w ustawie Prawo budowlane. W projekcie uchwały w § 15 ust. 5 pkt 1 znajduje się jednak rozróżnienie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych legalnie i nielegalnie („na dziko”).
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	8. Wniosek o wykreślenie § 15 ust. 2 stanowiącego o nie wymaganiu dostosowania	Uwaga nieuwzględniona. Wnioskowany do usunięcia z projektu uchwały przepis § 15 ust. 2 zwalniający z wymogu dostosowania do wchodzących w

		do przepisów uchwały istniejących w dniu wejścia jej w życie obiektów małej architektury i ogrodzeń – jest to skrajnie nierówne traktowanie istniejących już obiektów budowlanych obiektów małej architektury i ogrodzeń w stosunku do już istniejących urządzeń reklamowych. Mała architektura i ogrodzenia mogą liczyć na specjalne względy, to urządzenia reklamowe zostały potraktowane z całą surowością. Uchwała nakierowana jest w 100% na usunięcie nielegalnie oraz legalnie posadowionych urządzeń reklamowych z krajobrazu Kielc, nie taki był zamysł ustawodawcy w momencie uchwalenia w 2015 r. art. 37b ust. 2 pkt 8) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Wniosek o równe potraktowanie legalnie wybudowanych urządzeń reklamowych w stosunku do legalnie wybudowanych ogrodzeń i obiektów małej architektury.	życie przepisów istniejących obiektów małej architektury i ogrodzeń jest świadomą realizacją przepisu art. 37a ust. 10 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepisy ww. ustawy nie przewidują możliwości zwolnienia z obowiązku dostosowania do przepisów istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w dniu wejścia w życie tych przepisów. Kwestia ochrony praw nabytych jest ściśle związana z przepisami samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, na które samorząd gminny nie ma wpływu. Zarzucane „nierówne traktowanie” istniejących już obiektów budowlanych obiektów małej architektury i ogrodzeń w stosunku do już istniejących urządzeń reklamowych od strony formalnoprawnej jest dopuszczone przepisami ustawowymi, zaś od strony merytorycznej jest racjonalne i uzasadnione, bowiem w mieście Kielce – w przeciwieństwie do tablic i urządzeń reklamowych - nie stwierdzono naruszeń ładu przestrzennego i harmonii krajobrazu kulturowego spowodowanych niewłaściwą formą obiektów małej architektury lub ogrodzeń. Motywacją sformułowanego w § 14 ust. 2 zakaz groduczenia nieruchomości zabudowanych budynkami wielorodzinnymi nie były kwestie estetyki krajobrazu, a ideologiczne i strukturalne kwestie dostępności przestrzeni miejskiej dla jej użytkowników w kontekście budowy prawidłowych relacji społecznych – zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie przedmiotowych przepisów było podyktowane względami społecznymi (spłacanie przez wspólnoty mieszkaniowe świeżo zaciągniętych kredytów pod budowę ogrodzeń) w zestawieniu z faktem, iż skala ilości ogrodzonych nieruchomości zabudowanych budynkami mieszkalnymi wielorodzinnymi jest w mieście Kielce stosunkowo niewielka. Trudno zgodzić się z tezą, że „uchwała nakierowana jest w 100% na usunięcie nielegalnie oraz legalnie posadowionych urządzeń reklamowych z krajobrazu Kielc” – w zestawieniu z przepisami przyjmowanymi w innych miastach projekt kieleckiej uchwały jest pod tym względem zrównoważony, a szczegółowe regulacje stosunkowo liberalne. W uzasadnieniu do projektu uchwały podkreślono, że celem projektowanych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji, zaś za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału.
--	--	---	--

cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	9. Wniosek o zmianę § 15 ust. 3 (propozycja zapisu) tak, aby dotyczył on tablic reklamowych i urządzeń reklamowych usytuowanych bez odpowiednich zgód (wyłączenie z obowiązku dostosowawczego tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które zostały wybudowane na podstawie pozwoleń na budowę lub przyjętych zgłoszeń. Projekt uchwały po raz kolejny nie dokonuje zróżnicowania sytuacji prawnej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych legalnie oraz wzniesionych nielegalnie, stanowiących samowolę budowlaną.	Uwaga nieuwzględniona. Przepis § 15 ust. 3 stanowi, że każda tablica reklamowa i urządzenie reklamowe, która – rozpatrywana odrębnie, jako pojedynczy nośnik – nie spełnia zasad i warunków określonych w uchwale, winna być usunięta i ewentualnie zastąpiona nową, spełniającą ww. warunki. Zawarta w uwadze propozycja, aby przedmiotowy przepis dotyczył wyłącznie reklam wzniesionych nielegalnie („na dziko”) a nie dotyczył tablic i urządzeń reklamowych które zostały wybudowane na podstawie pozwoleń na budowę lub przyjętych zgłoszeń nie może być uwzględniona ze względu na fakt, że możliwość zwolnienia z obowiązku dostosowania do przepisów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie jest przewidziana w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym - ustawowy przepis art. 37a ust. 10 przewiduje taką możliwość jedynie dla obiektów małej architektury i ogrodzeń. Kwestia konstytucyjnej ochrony praw nabytych i innych prawnie chronionych wartości wynikających z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej – jest ściśle związana z przepisami samej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, na które samorząd gminny nie ma wpływu; wątpliwości związane z zapisami ustawowymi winny być rozwiązywane w odrębnych stosownych procedurach leżących poza kompetencjami samorządu gminnego. W projekcie uchwały w § 15 ust. 5 pkt 1 znajduje się jednak rozróżnienie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych legalnie i nielegalnie („na dziko”).
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	10. Wniosek o wyjaśnienie znaczenia zapisu § 15 ust. 5 pkt 9 – czy chodzi o dostosowanie tego nowego elementu, który nie powinien stać niezgodnie z uchwałą, czy tego, który wcześniej stał spełniając wymogi uchwały.	Uwaga uwzględniona. Wyjaśnienie: w przepisie § 15 ust. 5 pkt 9 chodzi o dostosowanie „nowego elementu” (nie dotyczy elementu usytuowanego w sąsiedztwie wcześniej w sposób spełniający wymogi uchwały). Przepis ten uwzględnia teoretycznie możliwe przypadki, kiedy pozwolenie na budowę lub stosowne zgłoszenie „nowego elementu” nastąpiło przed wejściem w życie przedmiotowej uchwały, a jego fizyczna realizacja nastąpiła już po wejściu w życie tej uchwały. Uwzględnienie uwagi (wyjaśnienie) nie wymaga zmiany projektu uchwały.
cd 18	29.09.2021 r.	CITYBOARD MEDIA Sp. z o.o.	11. W projekcie nie jest określone, kto miałby ponosić koszty finansowe wejścia w życie uchwały, przede wszystkim w aspekcie odszkodowań za demontaż legalnie wzniesionych nośników reklamowych czy też opłacenia kosztów demontażu. Trybunał Konstytucyjny zbada przepisy o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych) – gminom,	Uwaga nieuwzględniona. O ile powszechnie znane są wątpliwości związane z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym dotyczącymi problematyki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz stanowiącymi podstawę prawną do tworzenia i uchwalania przez samorządy gminne regulacji tych kwestii w drodze tzw. „uchwał krajobrazowych”, w szczególności wątpliwości związane z kwestią ochrony praw nabytych i zgodności w tym zakresie z przepisami konstytucyjnymi – problematyka ta i rozstrzygnięcia w tym zakresie leżą poza kompetencjami samorządów

			które je uchwałyły mogą grozić wielomilionowe odszkodowania. Naczelny Sąd Administracyjny ma poważne wątpliwości co do zgodności z Konstytucją przepisów o tzw. uchwałach krajobrazowych i kieruje je do Trybunału Konstytucyjnego. Jeśli TK stwierdzi ich niezgodność z Konstytucją, to gminy mogą mieć poważne problemy. Należy zwrócić uwagę na opracowane przez inne miasta projekty uchwał (Toruń, Szczecin) oraz przyjęte uchwały w gminach Suchy Las i Kobylnica, gdzie szanuje się prawa nabyte.	gminnych. Sporządzone przez inne gminy projekty uchwał „krajobrazowych” gdzie szanuje się prawa nabyte (zapewne w drodze zwolnienia z obowiązku dostosowania do wchodzących w życie nowych regulacji) uznać należy za niezgodne z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, które w art. 37a ust. 10 ww. ustawy w sposób jednoznaczny stwarzają możliwość zwolnienia z obowiązku dostosowania do wprowadzanych przepisów wyłącznie obiektów małej architektury i ogrodzeń, bez możliwości zastosowania tego zwolnienia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Zgodzić się należy z tezą, że wobec ww. wątpliwości oraz oczekiwania na wyrok Trybunału Konstytucyjnego w tym zakresie, gminy które wprowadzają uchwały „krajobrazowe” w życie winny się liczyć ze związanymi z tym różnymi ryzykami. Przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie zawierają wymogu zamieszczania w projektach uchwał „krajobrazowych” ustaleń kto miałby ponosić koszty finansowe wejścia w życie uchwały.
--	--	--	---	--