

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA KĘDZIERZYN-KOŹLE
z dnia 2020 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2020 r. poz. 713) oraz art. 37a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020 r. poz. 293) - Rada Miasta Kędzierzyn-Koźle uchwała, co następuje:

Rozdział 1
Ustalenia ogólne

§1. 1. Uchwała reguluje zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane z uwzględnieniem szyldów.

2. Uchwała dotyczy całego obszaru gminy z wyłączeniem terenów zamkniętych.

§2. Kształt, kolor i sposób wykonania reklam powinien być zgodny z zasadami określonymi niniejszą uchwałą w tym poprzez między innymi: zharmonizowanie z otoczeniem, w sposób nie zagrażający bezpieczeństwu ludzi i mienia.

§3. 1. Wyznacza się STREFĘ I - obszary szczególnego traktowania, dla których nie dopuszcza się reklam za wyjątkiem określonym w §5. Granice tej strefy zostały określone na załącznikach graficznych nr 1 - 10 linią przerywaną w kolorze czerwonym, wypełnioną tłem w kolorze żółtym.

2. Wyznacza się STREFĘ II - obszary priorytetowe wzdłuż głównych ciągów komunikacyjnych, stanowiących drogi klasy zbiorczej i wyższej, dla których ustala się ograniczenia dla reklam w pasach 30m od krawędzi jezdni po jej obu stronach. Strefa ta

została określona na załączniku graficznym nr 1 symboliczną linią ciągłą i przerywaną koloru fioletowego.

3. Wyznacza się STREFĘ III – obszary pozostałe, dla których nie ustala się ograniczeń dla elementów małej architektury, reklam i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, z zastrzeżeniem §7 niniejszej uchwały.

Rozdział 2

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty i standardy jakościowe

§4. Zasady umieszczania obiektów małej architektury na nieruchomościach położonych w STREFIE I, ich gabaryty i standardy jakościowe określa Kodeks Estetyzacji Miasta Kędzierzyn-Koźle, który stanowi załącznik nr 11 do niniejszej uchwały.

Rozdział 3

Zasady i warunki sytuowania reklam i urządzeń reklamowych, ich gabaryty i standardy jakościowe

§5. W obszarze STREFY I:

- 1) ustala się możliwość sytuowania reklam wyłącznie związanych z prowadzoną w budynku działalnością i w następującej formie:
 - a) na witrynie lokalu jako malowidło lub naklejka - maksymalnie na 10% powierzchni każdej witryny,
 - b) jako wolnostojące o powierzchni do 20% światła witryny,
 - c) na ścianach szczytowych jako mural o powierzchni do 6 m²;
- 2) sytuowanie reklamy, o której mowa w pkt 1 lit. b dopuszcza się tylko jeśli w witrynie nie ma innej formy reklamy;
- 3) nie dopuszcza się wprowadzania reklam na powierzchniach istniejących markiz lub montowanych markiz;
- 4) zakazuje się stosowania reklam świetlnych;
- 5) dopuszcza się wyłącznie reklamy wolnostojące sytuowane we wnętrzu lokalu z dyskretnym podświetleniem na czas jego zamknięcia;

- 6) w obrębie witryny reklamy należy sytuować centralnie w górnej części szklenia witryny, w centrum witryny lub u jej podstawy, przy zachowaniu co najmniej 15 cm odstępu od krawędzi ramy;
- 7) kolorystyka reklam winna harmonizować z kolorystyką obiektu - w barwach stonowanych.

§6. 1. W obszarze STREFY II zakazuje się sytuowania reklam:

- 1) na dachach budynków, poręczach i balustradach,
- 2) na obiektach małej architektury,
- 3) na latarniach i słupach energetycznych oraz teletechnicznych,
- 4) zakazuje się stosowania reklam emitujących fosforyzujące, jaskrawe lub pulsujące światło, a także podświetlanych służących ekspozycji zmiennych treści reklamowych typu LED, z zastosowanym oświetleniem pulsacyjnym będącym źródłem efektu stroboskopowego oraz innych emitujących światło o zmiennym natężeniu.

2. W obszarze STREFY II ustala się następujące warunki sytuowania reklam

- 1) na elewacjach budynków:
 - a) na elewacjach eksponowanych sytuowanie reklam wyłącznie w obszarze pierwszej kondygnacji nadziemnej (parteru, przyziemia) lub poniżej gzymsu rozdzielającego pierwszą i drugą kondygnację,
 - b) powierzchnia reklam nie może przekraczać 10% powierzchni parteru,
 - c) powierzchnia reklam na elewacji szczytowej nie może przekraczać 20% powierzchni tej elewacji, przy jednoczesnym spełnieniu warunku maksymalnej powierzchni 12 m² wszystkich reklam,
 - d) wyłącznie płasko,
 - e) nie mogą odstawać od lica ściany na więcej niż 0,2 m,
 - f) nie mogą być sytuowane w odległości mniejszej niż 0,3 m od nośników informacyjnych,
 - g) nie mogą przesłaniać otworów okiennych i drzwiowych, a także detali architektonicznych np. gzymsu, portalu, boniowania itp.,
 - h) nie mogą powodować utrudnień w ruchu pieszych oraz w ruchu kołowym;
- 2) na nieruchomościach zabudowanych oraz na nieruchomościach niezabudowanych w ich częściach położonych od strony drogi a sąsiadujących bezpośrednio z nieruchomością zabudowaną położoną w STREFIE II:
 - a) może być zlokalizowana jedna reklama wolnostojąca,

- b) maksymalna wysokość reklamy wolnostojącej łącznie z konstrukcją - 5 m,
 - c) powierzchnia jednej reklamy wolnostojącej nie może przekraczać 6 m²;
- 3) na nieruchomościach niezabudowanych na odcinku każdej wolnej przestrzeni:
- a) maksymalna wysokość reklamy łącznie z konstrukcją - 6 m,
 - b) powierzchnia jednej reklamy nie może przekraczać 10 m²,
 - c) kolejna reklama sytuowana na nieruchomości musi mieć tożsamy rytm (tj.: odległość osi tablicy reklamowej od krawędzi jezdni i kąt odchylenia od osi jezdni), gabaryty, wysokość położenia górnej krawędzi tablicy reklamowej jak reklama istniejąca na tej nieruchomości,
 - d) odstęp pomiędzy kolejnymi reklamami nie może być mniejszy niż 100 m,
 - e) reklama sytuowana pod kątem większym niż 30° w stosunku do osi drogi, o ile jest widoczna dla uczestników ruchu w obu kierunkach, musi być wykonana na tablicy reklamowej z każdej jej strony dwustronnie;
3. W obszarze STREFY II dopuszcza się sytuowanie reklam na ogrodzeniu frontowym lub bocznym o powierzchni zajmującej nie więcej niż 20% powierzchni odpowiedniej jego strony; reklama nie może wystawać poza obrys ogrodzenia, na którym się znajduje.
4. Niezależnie od ustaleń ust.1 – 3, na terenach przyległych do dróg krajowych wprowadza się następujące uwarunkowania:
- 1) reklamy nie mogą być sytuowane bliżej krawędzi drogi niż istniejąca linia zabudowy, z zastrzeżeniem pkt 2;
 - 2) na odcinkach do 50 metrów od skrzyżowań w każdą stronę, odległość sytuowania reklam musi wynosić minimum 20 m od krawędzi jezdni,
 - 3) w miejscach widocznych z dróg krajowych nie mogą być umieszczane reklamy emitujące lub wywołujące refleksy świetlne, w szczególności typu „LED” o zmiennym natężeniu światła lub zmiennej treści.
5. Na terenach przyległych do dróg wojewódzkich, powiatowych i gminnych reklamy mogą być realizowane nie bliżej niż linia ogrodzenia lub granica nieruchomości.

§7. 1. W obszarze STREFY III zakazuje się sytuowania reklam:

- 1) na dachach budynków, poręczach i balustradach,
- 2) na obiektach małej architektury,
- 3) na latarniach i słupach energetycznych oraz teletechnicznych,

4) zakazuje się stosowania reklam emitujących fosforyzujące, jaskrawe lub pulsujące światło, a także podświetlanych służących ekspozycji zmiennych treści reklamowych typu LED, z zastosowanym oświetleniem pulsacyjnym będącym źródłem efektu stroboskopowego oraz innych emitujących światło o zmiennym natężeniu.

2. W obszarze STREFY III ustala się następujące warunki sytuowania reklam:

1) na elewacjach budynków:

- a) na elewacjach eksponowanych sytuowanie reklam wyłącznie w obszarze pierwszej kondygnacji nadziemnej (parteru, przyziemia) lub poniżej gzymsu rozdzielającego pierwszą i drugą kondygnację,
- b) powierzchnia reklam nie może przekraczać 20% powierzchni parteru,
- c) wyłącznie płasko,
- d) reklamy nie mogą przesłaniać otworów okiennych i drzwiowych, a także detali architektonicznych np. gzymsu, portalu, boniowania itp.,

2) dopuszcza się sytuowanie reklam na ogrodzeniu frontowym lub bocznym o powierzchni zajmującej nie więcej niż 20% powierzchni odpowiedniej jego strony; reklama nie może wystawać poza obrys ogrodzenia, na którym się znajduje

3) na nieruchomościach niezabudowanych na odcinku każdej wolnej przestrzeni:

- a) powierzchnia jednej reklamy nie może przekraczać 12 m²,
- b) odstęp pomiędzy kolejnymi reklamami nie może być mniejszy niż 70 m.

3. Na terenach przyległych do dróg powiatowych i gminnych reklamy mogą być realizowane nie bliżej niż linia ogrodzenia lub granica nieruchomości.

§8. 1. Ustalenia niniejszego rozdziału obowiązują również w stosunku do reklam krótkoterminowych związanych z wydarzeniami o charakterze: kulturalnym, sportowym, społecznym, charytatywnym, okolicznościowym.

2. Reklamy wskazane w ust. 1 mogą mieć formę telebimów, siatek reklamowych, tablic reklamowych i tablic wolnostojących lub pneumatycznych urządzeń reklamowych. Mogą one być eksponowane nie wcześniej niż na 30 dni przed rozpoczęciem imprezy i nie dłużej niż do dnia jej zakończenia.

3. Dopuszcza się maksimum 1 tymczasową siatkę reklamową na rusztowaniu sytuowaną na obiektach, w których prowadzone są roboty remontowo-budowlane na czas trwania tych robót nie dłużej jednak niż 12 miesięcy od dnia ich rozpoczęcia, odwzorowującą faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji, bez możliwości sytuowania wtórnego przez dalszy okres trwania robót.

Rozdział 4

Zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty i liczba

§9. 1. Zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabarytów i liczby dotyczą wszystkich stref.

2. Ustala się następujące zasady umieszczania szyldów na nieruchomościach, w których prowadzona jest działalność:

1) na budynkach - jeden szyld lub grupa szyldów w układzie kolumnowym o jednakowych gabarytach, tylko na elewacji pierwszej kondygnacji nadziemnej budynku na warunkach określonych w ust. 2;

2) nie dopuszcza się wprowadzania szyldów na powierzchniach istniejących markiz lub montowanych markiz z wyłączeniem lambrekinów;

3) na ogrodzeniach - jeden szyld lub grupa szyldów w układzie kolumnowym o jednakowych gabarytach, mieszczące się w gabarytach jednego przęsła, a przy braku możliwości jego wyznaczenia o powierzchni zajmującej nie więcej niż 10% powierzchni odpowiedniej jego strony; szyld nie może wystawać poza obrys ogrodzenia, na którym się znajduje;

4) na samodzielnych konstrukcjach innych niż wskazane w pkt 1 i 2 - jeden szyld lub grupa szyldów w układzie kolumnowym o jednakowych gabarytach jako szyld;

5) na każdym obiekcie wskazanym w pkt 1 -3 dopuszcza się wyłącznie po jednym szyldzie z nazwą danej działalności;

6) dopuszcza się nazwy działalności w formie: liter przestrzennych, cyfr i znaków (logo lub logotyp), neony, w formie malowidła, tablic na dystansach oraz tablic semaforowych;

7) szyldy w obrębie jednego obiektu mają posiadać spójne formy, sposób usytuowania i wielkość, a ich kolorystyka ma harmonizować z kolorystyką budynku. Preferuje się naturalną, stonowaną kolorystykę (beże, brązy, szarości, kość słoniowa) lub kolory metaliczne (złoto, srebro, patynowany metal);

8) materiał z jakich dopuszcza się wykonanie to: tworzywo sztuczne, szkło metal i drewno;

9) wymagana jest wysoka jakość wykonania: techniczna, plastyczna i materiałowa.

3. Ustala się następujące warunki sytuowania szyldów na elewacji budynku:

- 1) o powierzchni maksymalnie do 10% powierzchni danej elewacji pierwszej kondygnacji;
- 2) płasko lub prostopadle do lica ściany zewnętrznej;
- 3) nie mogą odstawać od lica ściany zewnętrznej na więcej niż 0,8 m;
- 4) nie mogą być sytuowane w odległości mniejszej niż 0,3 m od nośników informacyjnych;
- 5) nie mogą przesłaniać otworów okiennych i drzwiowych, a także detali architektonicznych takich między innymi jak: gzymsu, portalu, boniowania;
- 6) nie mogą być umieszczone wyżej niż gzyms nad linią okien pierwszej kondygnacji nadziemnej, a przy braku gzymsu - wyżej niż linia wyznaczona w odległości 0,5m od podokiennika drugiej kondygnacji;
- 7) szyldy na dystansach oraz semaforowe nie mogą przekraczać powierzchni 0,3 m²;
- 8) zakazuje się stosowania szyldów emitujących fosforyzujące, jaskrawe lub pulsujące światło, a także podświetlanych służących ekspozycji zmiennych treści typu LED, z zastosowanym oświetleniem pulsacyjnym będącym źródłem efektu stroboskopowego oraz innych emitujących światło o zmiennym natężeniu, z wyłączeniem neonów;
- 9) dopuszczalne jest jedynie ich dyskretne podświetlenie.

Rozdział 5

Obowiązki wynikające z umieszczania reklam

- §10.** 1. Ustalenia niniejszej uchwały nie zwalniają z obowiązku uzyskania stosownych uzgodnień określonych odrębnymi przepisami.
2. Posiadacz reklamy zobowiązany jest do utrzymania reklamy w estetycznym stanie.

Rozdział 6

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty i standardy jakościowe

§11. 1. Ustala się następujące zasady umieszczania ogrodzeń:

- 1) zakaz stosowania ogrodzeń pełnych, rozciąganych na słupach z siatki plecionej bez ram przeszłowych, z blachy giętej oraz z prefabrykowanych betonowych przęseł na obszarze STREFY I i II od strony miejsc publicznych, z wyjątkiem ogrodzeń obiektów wskazanych w pkt 2;

- 2) w przypadku stosowania ogrodzenia wokół jednej posesji od strony przestrzeni publicznej obowiązuje jeden rodzaj i dopasowana wysokość ogrodzenia;
- 3) dopuszcza się ogrodzenia o szczególnej formie i gabarytach, związanych funkcjonalnie z obiektami użyteczności publicznej: oświatowymi, wychowawczymi i sportowymi oraz rekreacyjnymi;
- 4) ogrodzenia ogródków gastronomicznych należy realizować na słupkach w konstrukcji drewnianej, ze stali nierdzewnej lub stali – malowanej proszkowo lub malowanej z efektem „młotkowym”, z przęsłami o ramach drewnianych wypełnionych ażurowym układem prętowym z drewna, stali nierdzewnej lub stali – malowanej proszkowo lub malowanej z efektem „młotkowym”, zgodnie z ustaleniami zawartymi w załączniku nr 3 do niniejszej uchwały;
- 5) przepisów niniejszej uchwały nie stosuje się w odniesieniu do ogrodzeń, których zasady i warunki sytuowania regulowane są przepisami odrębnymi, w szczególności do ogrodzeń zabytkowych i innych.

2. Na obszarze STREFY I i II obowiązują następujące ustalenia:

- 1) w zakresie gabarytów dopuszcza się wyłącznie ogrodzenia:
 - a) o maksymalnej wysokości do 2,2 m ażurowe z maksymalnym wypełnieniem do 40%,
 - b) ogrodzenia ogródków gastronomicznych o maksymalnej wysokości do 0,8 m od poziomu terenu do najwyższego elementu ogrodzenia;
 - c) ustalenia nie dotyczą ogrodzeń wokół obiektów użyteczności publicznej: oświatowych, wychowawczych i sportowych oraz rekreacyjnych, a także historycznych ogrodzeń nieruchomości zabytkowych;
- 2) w zakresie kolorystyki – dopuszcza się stosowanie ogrodzeń w odcieniach czerni, szarości, zieleni, lub w naturalnych kolorach materiałów tradycyjnych, takich jak cegła, kamień, drewno, metal.

Rozdział 7

Postanowienia końcowe

§12. 1. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały obiekty małej architektury nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, z zastrzeżeniem pkt 22 Załącznika nr 11 do niniejszej uchwały.

2. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy dostosować do zasad i warunków określonych w uchwale w ciągu 30 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

3. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały ogrodzenia położone w STREFIE I i II wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale w ciągu 144 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

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

§14. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Kędzierzyn-Koźle.

§15. Uchwała podlega ogłoszeniu w Dzienniku Urzędowym Województwa Opolskiego.

§16. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od daty jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Opolskiego.