

Projekt

z dnia 13 listopada 2020 r.

**UCHWAŁA
RADY MIASTA WISŁA**

z dnia 24 listopada 2020 r.

NR

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

Na podstawie art.18 ust.2 pkt 15 i art.40 ust.1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 713 ze zm.) , art.37a ust.1-4 i 10 oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293 ze. zm.) oraz art.19 ust 1b ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (t.j. Dz.U. z 2020 poz. 282 ze zm.)

mając na celu dążenie do ochrony i wzmocnienia unikatowych walorów przyrodniczych i krajobrazowych Wisły, w szczególności uwzględniając jej położenie w granicach Parku Krajobrazowego Beskidu Śląskiego i jego otulinie, a także pragnąc podnieść jakość życia mieszkańców i atrakcyjność turystyczną poprzez prawidłowe kształtowanie ład przestrzennego na obszarze całej Wisły, Rada Miasta Wisła uchwala, co następuje:

§ 1.

Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie Wisły obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, określone w załączniku Nr 1 do uchwały, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.

§ 2.

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Wisła uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

§ 3.

Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Burmistrzowi Miasta Wisła.

§ 4.

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

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr

Rady Miasta Wisła

z dnia 24 listopada 2020 r.

Zasady i warunki sytuowania na terenie Wisły obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

**Rozdział 1.
Przepisy ogólne**

§ 1.

1. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

- 1) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, drzwiowymi, witrynami, istotnymi detalami architektonicznymi i attyką, której:
 - a) krawędzią dolną jest styk ściany z nawierzchnią, na której jest sytuowana; zaś w przypadku zastosowania podcieni w poziomie parteru elewacji krawędź najbliższa poziomowi terenu, położonego bezpośrednio poniżej,
 - b) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - c) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, wieńczącej ją attyki lub linia styku ściany z okapem połączenia dachowej,
 - d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;
- 2) **formie ażurowej – (potocznie: litery i logo przestrzenne)** należy przez to rozumieć układ gabarytów elementów tworzących łącznie powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w postaci płaskich lub przestrzennych liter bądź grafik – w tym szczególnie napisów, znaków, logo, symboli:
 - a) mieszczących się we własnym obrysie i nieposiadających tła,
 - b) w układzie rewersowym t.j. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie,
 - c) w układzie wklęsłym – wytrawionym w metalu, wypalonym bądź wyrzeźbionym w drewnie, wyrzeźbionym w kamieniu naturalnym lub wyrytym w tynku,
 - d) w formie neonu – lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;
- 3) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 4) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć bonie, gzymsy, pilastry, krawędzie (uskoki), miejsca zmiany materiału wykończeniowego, lizeny, kolumny, frontony, obramienia i opaski okienne;
- 5) **lambrekinie** – należy przez to rozumieć element markizy, parasola lub daszku, wieńczący ich obrys w postaci swobodnie zwisającego pasa materiału;
- 6) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji – linie proste, biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji, osie symetrii tych otworów oraz na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub istotnych detali architektonicznych, takich jak: gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;

- 7) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 8) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej – lub gdy wyżej wymienione elementy nie występują – do górnej krawędzi elewacji;
- 9) **pylonie** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 10) **pylonie stylizowanym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, służące ekspozycji szyldów jednej lub wielu działalności, którego stylizacja nawiązuje do regionalizmu, co rozumie się przez zastosowanie materiałów drewnianych, skórzanych, rzeźbionych, kamiennych i metaloplastyki;
- 11) **reklamie okolicznościowej** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, niebędące szyldem, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą formy płaskiej bądź przestrzennej, umieszczane przez okres nie dłuższy niż 30 dni w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem sportowym, kulturowym lub społecznym;
- 12) **reklamie sponsorskiej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, informującą o objęciu mecenatem realizacji dzieła artystycznego, w szczególności malowidła ściennego;
- 13) **reklamie transmisyjnej** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową, niebędącą szyldem, w formie wolnostojącej, na której wyświetlana jest reklama o zmiennej treści, wyłącznie w czasie transmitowania wydarzeń kulturalnych lub sportowych podczas trwania tych wydarzeń, nie dłużej niż przez okres 14 dni;
- 14) **tablicy kierunkowej dla ruchu kołowego** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub jedną z tablic reklamowych sytuowanych na wspólnej konstrukcji, nie będącą szyldem, wskazującą kierunek dotarcia do działalności, dedykowaną potencjalnym klientom zmotoryzowanym;
- 15) **tablicy kierunkowej dla ruchu pieszego** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub jedną z tablic reklamowych sytuowanych na wspólnej konstrukcji, nie będącą szyldem, wskazującą kierunek dotarcia do działalności, dedykowaną potencjalnym klientom poruszającym się pieszo;
- 16) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe, fotobudki i infokioski;
- 17) **witrynie** – należy przez to rozumieć część elewacji w obszarze okien lub drzwi przynależnych lokalowi użytkowemu oraz przeszkloną część elewacji wraz z elementami konstrukcyjnymi i ozdobnymi przeszklania.

2. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej użyto pojęć zdefiniowanych w przepisach odrębnych, należy przez to rozumieć ich brzmienie, ustalone tymi przepisami, w szczególności:

- 1) przepisami z zakresu planowania i zagospodarowania: *reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe*;
- 2) przepisami prawa budowlanego: *budynek, budowla obiekt budowlany i tymczasowy obiekt budowlany, obiekt małej architektury*.

§ 2.

1. W odniesieniu do podawanych obowiązujących barw stosuje się system oznaczeń CMYK (za wyjątkiem bieli i czerni) - zestaw czterech podstawowych kolorów farb drukarskich stosowanych powszechnie w druku wielobarwnym w poligrafii, przy czym dopuszcza się stosowanie kolorów odpowiadających z innych wzorników.

2. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Krajobrazowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Krajobrazowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótszy odcinek, łączący ich skrajne elementy;
- 3) wymiary takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie szerokość jest wymiarem poziomym a wysokość pionowym, zaś grubość jest wymiarem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;
- 4) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
 - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
 - dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
 - b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
- 5) liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot rozumiana jest jako jeden szyld w przypadku:
 - a) zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,
 - b) umiejscowienia w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej,
 - c) zastosowania szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania.

Rozdział 2.

Zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczba szyldów.

§ 3.

1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem liczby w nim określonych.

2. Warunkiem oświetlenia i podświetlenia szyldów jest stosowanie światła o stałej barwie i natężeniu, z zastrzeżeniem ust. 3.

3. Dopuszcza się stosowanie powierzchni ekspozycyjnej, umożliwiającej bieżącą zmianę informacji wizualnej, na nieruchomościach, na których znajdują się stacje paliw.

§ 4.

Ogranicza się liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez każdy podmiot prowadzący na niej działalność:

- 1) na budynkach oraz budowlach ogranicza się liczbę szyldów do trzech, z tym zastrzeżeniem, że na jednej elewacji możliwe jest sytuowanie maksymalnie dwóch szyldów;
- 2) na tymczasowych obiektach budowlanych i urządzeniach automatycznych ogranicza się liczbę szyldów do trzech;
- 3) na ogrodzeniach ogranicza się liczbę szyldów do jednego;

- 4) na obiektach małej architektury, ogranicza się liczbę szyldów do jednego na jednym obiekcie małej architektury a w przypadku parasoli – do jednego na każdym lambrekinie parasola;
- 5) w formie wolnostojącej, ogranicza się liczbę szyldów do jednego na każdy wjazd na posesję.

§ 5.

1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na budynkach i budowlach.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania szyldów na budynkach i budowlach:

- 1) dopuszcza się sytuowanie szyldów w poziomie parteru elewacji:
 - a) równoległe do elewacji, poza witrynami,
 - b) prostopadle do elewacji, poza witrynami,
 - c) w obszarze witryn;
- 2) dopuszcza się sytuowanie szyldów ponad parterem elewacji, przy łącznym spełnieniu warunków:
 - a) zastosowania formy ażurowej,
 - b) zachowania równoległości powierzchni ekspozycyjnej do elewacji;
- 3) na budynkach lub budowlach na nieruchomościach, na których znajdują się zabytki ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w rejestrze zabytków nieruchomych Województwa Śląskiego):
 - a) nakaz sytuowania szyldów w poziomie parteru,
 - b) nakaz stosowania formy ażurowej, z dopuszczeniem sytuowania formy innej niż ażurowa o ile:
 - jest sytuowana na boniowaniu i nie przekracza powierzchni 0,3 m²,
 - jest sytuowana na nieotynkowanej elewacji ceglanej i nie przekracza powierzchni 0,5 m²,
 - jest sytuowana prostopadle do elewacji i nie przekracza powierzchni 0,5 m²;
- 4) dopuszcza się sytuowanie szyldów na zadaszeniach budowli;
- 5) dla szyldów, o których mowa w pkt 1 lit b warunkiem sytuowania dwóch powierzchni ekspozycyjnych, jako jednego szyldu, jest umieszczenie ich na jednej konstrukcji, zachowanie ich wzajemnej równoległości, gabarytu i wysokości sytuowania oraz przeciwnego skierowania.

3. Ustala się gabaryty szyldów na budynkach i budowlach:

- 1) dla szyldów w poziomie parteru, równoległych do elewacji, poza witrynami:
 - a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – poprzez wyrównanie do nich lub sytuowanie symetrycznie względem nich – dla szyldów o formie innej niż ażurowa,
 - b) poprzez dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - w przypadku sytuowania na boniowaniu - dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;
- 2) dla szyldów prostopadłych do elewacji, poza witrynami:
 - a) odległość od płaszczyzny elewacji do skrajnego elementu szyldu maksymalnie 1 m,
 - b) wysokość sytuowania dolnej krawędzi szyldu minimum 2,5 m od poziomu najbliższego chodnika,
 - c) powierzchnia ekspozycyjna szyldu maksymalnie 0,5 m²;
- 3) dla szyldów w obszarze witryn – jako przesłonięcie maksymalnie 20% powierzchni witryn;
- 4) dla szyldów o formie ażurowej ponad poziomem parteru elewacji:

- a) poprzez zachowanie widoczności elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów poza oknami i szkleniami elewacji,
 - b) wysokość szyldu - maksymalnie wysokość 1/5 wysokości elewacji, do której powierzchnia ekspozycyjna szyldu zachowuje równoległość;
- 5) dla szyldów na zadaszeniach budowli i w obszarze urządzeń oraz pomieszczeń technicznych: wysokość maksymalnie 3m.

§ 6.

1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych i urządzeniach automatycznych.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych i urządzeniach automatycznych:

- 1) zachowanie równoległości do ściany obiektu;
- 2) nieprzekraczanie krawędzi bocznych ścian;
- 3) umieszczenie poniżej krawędzi zadaszenia lub na attyce.

3. Ustala się gabaryty szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych i urządzeniach automatycznych:

- 1) powierzchnia ekspozycyjna szyldu maksymalnie 0,5 m²;
- 2) w przypadku sytuowania w obszarze witryn lub szkleń – jako przesłonięcie maksymalnie 20% powierzchni witryn lub szkleń.

§ 7.

Dopuszcza się sytuowanie szyldów na obiektach małej architektury, z ustaleniem gabarytów - powierzchnia ekspozycyjna maksymalnie 0,1 m².

§ 8.

1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na ogrodzeniach.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania szyldów na ogrodzeniach:

- 1) wyłącznie w pasie o szerokości 1,2 m od bramy wjazdowej lub furtki;
- 2) w sposób nieprzekraczający wysokości ogrodzenia.

3. Ustala się gabaryty szyldów na ogrodzeniach - powierzchnia ekspozycyjna szyldu maksymalnie 0,5 m².

§ 9.

1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów o formie wolnostojącej.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania szyldów o formie wolnostojącej:

- 1) w przypadku umieszczania jednego szyldu na jednej konstrukcji, warunkiem sytuowania jest zastosowanie jednej z poniższych form:
 - a) pylon,
 - b) pylon stylizowany,
 - c) tablica reklamowa, umieszczona na pojedynczym słupku mocowana do niego stycznie jedną z krawędzi;
- 2) w przypadku sytuowania wielu szyldów na jednej konstrukcji warunkiem sytuowania jest zastosowanie jednej z poniższych form:
 - a) pylon,
 - b) pylon stylizowany;

- 3) pylony oraz pylony stylizowane, sytuowane na jednej nieruchomości muszą być umieszczone w rzędzie i zachować identyczne gabaryty konstrukcji;
- 4) dopuszcza się zróżnicowanie wysokości powierzchni ekspozycyjnych na pylonach i pylonach stylizowanych posiadających kilka szyldów, przy zachowaniu jednakowej szerokości i wyrównania do jednej linii.

3. Ustala się gabaryty szyldów o formie wolnostojącej:

- 1) pylonu, o którym mowa w ust. 2 pkt 1 lit. a:
 - a) proporcja szerokości do wysokości od 1:3 do 1:5,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna maksymalnie 1m²,
 - c) wysokość maksymalnie 2,4 m;
- 2) pylonu stylizowanego, o którym mowa w ust. 2 pkt 2 lit. b:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego szyldu maksymalnie 3m²,
 - b) wysokość maksymalnie 4 m,
 - c) szerokość maksymalnie 3 m,
 - d) grubość maksymalnie 1,4 m;
- 3) pojedynczego szyldu w postaci tablicy na słupku, o której mowa w ust. 2 pkt 1 lit. c:
 - a) wysokość powierzchni ekspozycyjnej maksymalnie 0,7 m,
 - b) szerokość powierzchni ekspozycyjnej maksymalnie 0,7 m,
 - c) wysokość dolnej krawędzi tablicy minimalnie 2,2 m,
 - d) wysokość słupka maksymalnie 3,2 m;
- 4) szyldów umieszczonych na pylonie, o którym mowa w ust. 2 pkt 2 lit. a:
 - a) proporcja szerokości do wysokości od 1:3 do 1:5,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego szyldu maksymalnie 2m²,
 - c) wysokość maksymalnie 5 m;
 - d) grubość maksymalnie 0,4 m;
- 5) szyldów umieszczonych na pylonie stylizowanym, o którym mowa w ust. 2 pkt 2 lit. b:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego szyldu maksymalnie 3m²,
 - b) wysokość maksymalnie 4 m,
 - c) szerokość maksymalnie 3 m,
 - d) grubość maksymalnie 1,4 m.

Rozdział 3.

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 10.

1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, z wyłączeniem:

- 1) tablic kierunkowych dla ruchu pieszego;
- 2) tablic kierunkowych dla ruchu kołowego;
- 3) reklam okolicznościowych;
- 4) reklam transmisyjnych;

5) reklam sponsorskich.

2. Tablice i urządzenia reklamowe, wyłączone z zakazu, o którym mowa w ust.1, dopuszcza się wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i standardach jakościowych oraz wykonane z materiałów budowlanych, w nim określonych.

3. Warunkiem oświetlenia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, jest stosowanie światła o stałej barwie i natężeniu.

§ 11.

1. Dopuszcza się sytuowanie tablic kierunkowych dla ruchu pieszego, zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania tablic kierunkowych dla ruchu pieszego:

1) warunkiem sytuowania jest umieszczenie na jednej z poniższych form:

- a) na słupku wysokości 2,60 m i średnicy 6 cm z nazwą ulicy, o ile nazwa ulicy znajduje się na tablicy wysokości 18 cm i szerokości 1,15 m i jest umieszczona w górnej części słupka,
- b) na tablicy, wskazującej lokalizację obiektów publicznych, sportowych lub zabytków o szerokości 1,25 m, wysokości 2,44 m i grubości 5 cm;

2) wymienione w pkt 1 formy muszą znajdować się w następujących miejscach:

- a) na terenie pasa drogowego,
- b) na terenie zieleni urządzonej,
- c) na terenie placów, chodników i ciągów o wyłącznym lub dominującym ruchu pieszym;

3) na słupku, o którym mowa w pkt 1 lit a, dopuszcza się alternatywnie na jednym słupku:

- a) maksymalnie 6 powierzchni ekspozycyjnych wysokości 18 cm, z przerwami 2 cm między nimi,
- b) maksymalnie 12 powierzchni ekspozycyjnych wysokości 9 cm, z przerwami 2 cm między nimi,

4) na tablicy, o której mowa w pkt. 1 lit. b, dopuszcza się maksymalnie 12 powierzchni ekspozycyjnych, oddzielonych linią koloru granatowego C100 M72 Y0 K6, szerokości 1 cm.

3. Ustala się gabaryty tablic kierunkowych dla ruchu pieszego:

1) wymiary pojedynczej powierzchni ekspozycyjnej na słupku, o którym mowa w ust. 2 pkt 1 lit. a:

- a) szerokość 1,15 m,
- b) wysokość 9 cm lub 18 cm,
- c) grubość 3 cm;

2) wymiary pojedynczej powierzchni ekspozycyjnej na tablicy, o której mowa w ust. 2 pkt 1 lit b:

- a) szerokość 1,15 m,
- b) wysokość 9 cm,
- c) grubość 3 cm.

4. Ustala się standardy jakościowe tablic kierunkowych dla ruchu pieszego:

1) kolorystyka:

- a) rama lub słupek: czerń, lub naturalny kolor stali cynkowanej,
- b) tło reklamy: biel,
- c) liternictwo bezszeryfowe: kolor granatowy C100 M72 Y0 K6,
- d) dopuszcza się piktogram lub grafikę, mieszczące się w kwadracie o boku 40 mm, kolor granatowy C100 M72 Y0 K6;

- 2) jeden wers liter o wysokości 3 cm dla tablicy wysokości 9 cm lub dwa wersy liter o wysokości 3 cm dla tablicy wysokości 18 cm;
- 3) powierzchnia ekspozycyjna pokryta folią odblaskową typu 1.
 5. Ustala się rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:
 - 1) konstrukcja i mocowania: metal zabezpieczony antykorozyjnie;
 - 2) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne lub farba nanoszona proszkowo.

§ 12.

1. Dopuszcza się sytuowanie tablic kierunkowych dla ruchu kołowego, zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania tablic kierunkowych dla ruchu kołowego:

- 1) obowiązek zachowania formy wolnostojącej, trwale związanej z gruntem;
- 2) warunkiem sytuowania jest umieszczenie w ramie konstrukcyjnej, zgodnej z postanowieniami niniejszego paragrafu;
- 3) na jednej ramie konstrukcyjnej dopuszcza się sytuowanie maksymalnie siedmiu powierzchni ekspozycyjnych, oddzielonych od siebie metalowym profilem o wysokości 3 cm;
- 4) należy sytuować kolejno powierzchnie ekspozycyjne od sytuowanej najwyżej do położonej najniżej;
- 5) dopuszcza się sytuowanie podwójnej tablicy, co oznacza sytuowanie dwóch ram umieszczonych stycznie ze sobą z maksymalnym odstępem 20 cm;
- 6) dopuszcza się stosowanie wersji dwustronnej, tj. zdublowania każdej powierzchni ekspozycyjnej w tym samym położeniu, skierowanej przeciwnie;
- 7) minimalne odległości:
 - a) między różnymi tablicami kierunkowymi dla ruchu kołowego:
 - 20 m między pojedynczymi tablicami,
 - 30 m między podwójnymi lub podwójną i pojedynczą tablicą,
 - b) od tablic kierunkowych dla ruchu pieszego – 30 m;
- 8) maksymalne odległości:
 - a) 170 m od najbliższego budynku;
 - b) w terenie zabudowy w odległości większej niż:
 - 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi krajowej,
 - 18 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi wojewódzkiej i powiatowej,
 - 16 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi gminnej,
 - c) poza terenem zabudowy w odległości większej niż:
 - 35 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi krajowej,
 - 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi wojewódzkiej i powiatowej,
 - 25 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi gminnej.

3. Ustala się gabaryty tablic kierunkowych dla ruchu kołowego:

- 1) wymiary zewnętrzne ramy konstrukcyjnej:
 - a) szerokość 2,32 m,
 - b) wysokość 3,66 m,
 - c) grubość 6 cm;

2) wymiary pojedynczej powierzchni ekspozycyjnej:

- a) szerokość 2,2 m,
- b) wysokość 27 cm,
- c) grubość 3 cm;

3) wymiar zewnętrzny profilu zamkniętego: kwadrat o boku 6 cm.

4. Ustala się standardy jakościowe tablic kierunkowych dla ruchu kołowego:

1) obowiązek sytuowania fundamentu w całości pod poziomem terenu,

2) obowiązek sytuowania w prostokątnej, stalowej ramie;

3) kolorystyka:

a) rama: malowana proszkowo na kolor czarny,

b) tło reklamy: biel,

c) liternictwo bezszeryfowe: kolor granatowy C100 M72 Y0 K6, jeden wers liter o wysokości 140 mm,

d) profil oddzielający: czerń,

e) powierzchnie ekspozycyjne pokryta folią odblaskową typu 1.

5. Ustala się rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) konstrukcja: metal zabezpieczony antykorozyjnie:

2) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne lub farba nanoszona proszkowo.

§ 13.

1. Dopuszcza się sytuowanie reklam okolicznościowych, zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania reklam okolicznościowych przez ustanowienie zakazu:

1) sytuowania na ogrodzeniu,

2) przesłaniania okien, z wyłączeniem witryn,

3) przesłaniania istotnych detali architektonicznych,

4) sytuowania na drzewach.

3. Ustala się gabaryty reklam okolicznościowych:

1) grubość i wysokość maksymalnie 8 m;

2) szerokość maksymalnie 12 m.

4. Ustala się standard jakościowy reklam okolicznościowych: mocowania i konstrukcja wyłącznie w formie nietrwale związanej z gruntem, lub obiektem budowlanym.

5. Ustala się rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane reklamy okolicznościowe:

1) metal;

2) tworzywo sztuczne;

3) farba;

4) drewno.

§ 14.

1. Dopuszcza się sytuowanie reklam transmisyjnych, zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania:

1) minimalna odległość od innych reklam transmisyjnych wynosi 100 m;

2) maksymalna odległość od budynków wynosi 100 m.

3. Ustala się gabaryty reklam transmisyjnych:

1) maksymalna szerokość powierzchni ekspozycyjnej 6 m;

2) maksymalna wysokość powierzchni ekspozycyjnej 4 m.

4. Ustala się standardy jakościowe reklam transmisyjnych:

1) dopuszcza się ekran w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający;

2) dopuszcza się ekran z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający;

3) jasność wyświetlacza nie może przekraczać:

a) w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności;

b) w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności;

c) w nocy – 400 cd/m²;

d) kolorystyka elementów metalowych: czarny.

5. Ustala się rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane reklamy transmisyjne:

1) metal;

2) tworzywo sztuczne;

3) beton.

§ 15.

1. Dopuszcza się sytuowanie reklam sponsorskich, zgodnie z postanowieniami niniejszego paragrafu.

2. Ustala się zasady i warunki sytuowania:

1) wyłącznie na ścianie, na której zostało umieszczone malowidło;

2) wyłącznie na rzeźbie, która została zasponsorowana.

3. Ustala się gabaryty reklam sponsorskich:

1) maksymalna szerokość powierzchni ekspozycyjnej 0,7 m;

2) maksymalna wysokość powierzchni ekspozycyjnej 0,4 m.

4. Ustala się standardy jakościowe reklam sponsorskich: wyłącznie w formie tabliczki mocowanej na śrubach dystansowych.

5. Ustala się rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane reklamy sponsorskie:

1) szkło bezpieczne;

2) tworzywo sztuczne o przezroczystej strukturze;

3) farba dla powierzchni ekspozycyjnej;

4) metal dla zamocowań.

Rozdział 4.

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń i obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 16.

1. W zakresie ogrodzeń zakazuje się stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych – położonych w granicy pasa drogowego, w granicy z pasem drogowym oraz w odległości do 3 metrów od tej granicy wyłącznie:

- 1) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%;
- 2) poniższych materiałów:
 - a) prefabrykatów żelazo-betonowych, z wyłączeniem cokołu i słupków,
 - b) blach trapezowych i falistych,
 - c) tworzyw sztucznych, z wyłączeniem elementów imitujących drewno.

2. Zapisy ust. 1 nie dotyczą tymczasowego ogrodzenia placu budowy, pod warunkiem, że sytuowanie wymienionych rodzajów ogrodzeń trwa przez okres maksymalnie 2 lat z obowiązkiem zachowania co najmniej pięcioletniego okresu przerwy w sytuowaniu ogrodzenia tej samej nieruchomości.

3. Dopuszcza się sytuowanie zewnętrznego ogrodzenia nieruchomości wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny o różnym przeznaczeniu lub różnych zasadach zagospodarowania, lub w linii pierzei, lub w linii ogrodzeń sąsiadujących, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia w następujących przypadkach:

- 1) konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikającej z przepisów odrębnych;
- 2) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;
- 3) konieczności utrzymania porządku;
- 4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

4. Ogranicza się gabaryty ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących obiektom sportowym poprzez:

- 1) obowiązek zachowania wysokości zbliżonej do ogrodzenia sąsiedniego, z dopuszczeniem różnicy nie większej niż 15% wysokości;
- 2) określenie maksymalnej wysokości cokołu 0,4 m, z tym zastrzeżeniem, że należy dodatkowo wprowadzić jedno z poniższych rozwiązań:
 - a) cokół lub podmurówka musi posiadać przejścia dla migracji małych zwierząt w postaci otworów lub przerw szerokości minimum 0,15 m i wysokości minimum 0,1 m, rozmieszczonych w odstępach maksymalnie 5 m,
 - b) między cokołem, podmurówką lub gruntem a dolną krawędzią przęsła ogrodzenia należy zachować prześwit wysokości minimum 0,1 m.

5. Określa się następujące standardy jakościowe dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których znajdują się zabytki ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w rejestrze zabytków nieruchomych Województwa Śląskiego):

- 1) konieczność akcentowania rytmu przęsł na całej długości ogrodzenia;
- 2) ograniczenie stosowania ogrodzeń pełnych:
 - a) wyłącznie do formy murowanej,
 - b) maksymalnie na odcinku lub odcinkach stanowiących łącznie 40% długości ogrodzenia;
- 3) stosowanie kolorystyki malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń - szarej, czarnej, białej z dopuszczeniem innego koloru w przypadku istniejącego uzasadnienia historycznego.

6. W przypadku odtwarzania ogrodzeń na nieruchomościach, na których znajdują się zabytki ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w rejestrze zabytków nieruchomych Województwa Śląskiego), na podstawie dokumentacji historycznej dopuszcza się ich budowę zgodnie z przedmiotową dokumentacją i z pominięciem pozostałych postanowień niniejszego paragrafu.

§ 17.

1. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych w obszarze przestrzeni publicznej wprowadza się obowiązek:

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkownika i nieograniczonego przemieszczania się osób z niepełnosprawnościami, poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany.

2. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy.

3. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, przez nałożenie obowiązku:

- 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych kolorystyki czarnej;
- 2) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoju.

4. Standardy jakościowe, wskazane w ust.3 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.

Rozdział 5.

Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych.

§ 18.

1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na 18 miesięcy od daty jej wejścia w życie, z zastrzeżeniem ust. 2 -3.

2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 48 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.

3. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej wymienionych poniżej tablic i urządzeń reklamowych, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej:

- 1) tablice kierunkowe dla ruchu pieszego o ile nie przekraczają powierzchni 0,4 m²;
- 2) tablice kierunkowe dla ruchu kołowego o ile nie przekraczają powierzchni 0,6 m².

§ 19.

Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje ogrodzeń;
- 2) wszystkie rodzaje małej architektury.

§ 20.

Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Krajobrazowej, z możliwością ich translokacji, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Krajobrazowej w nowej lokalizacji.

§ 21.

Zmiana treści reklamy, dokonana w obszarze istniejącej w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej powierzchni ekspozycyjnej nie rodzi obowiązku dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego przed upływem właściwego terminu dostosowania.

§ 22.

W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię elementu, szczególnie elewacji, do którego tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr

Rady Miasta Wisła

z dnia 24 listopada 2020 r.

Lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych złożonych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Wisła w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Wisły obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (łącznie)	Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
		Sposób rozpatrzenia uwagi przez Burmistrza Miasta Wisła z uzasadnieniem.
		Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła
J.W.	1.	<p>Treść uwagi:</p> <p>Chciałbym wyrazić swoją opinie dotyczącą wprowadzenia Uchwały Krajobrazowej w mieście Wiśle- z tego co widziałem to Państwo jesteście zdeterminowani do wprowadzenia uchwały.</p> <p>Prosiłbym jednak o przedłużenie okresu na dostosowanie się do nowych przepisów, proponuję:</p> <ul style="list-style-type: none">- 2,5 roku dla reklam bez pozwolenia na budowę,- 7 lat na reklamy z pozwoleniem na budowę, mało jest bardzo takich reklam w Wiśle, można policzyć na palcach jednej ręki. <p>Prosbę swą motywuję głównie sytuację pandemiczną, która uderzyła bezpośrednio w branżę turystyczną.</p> <p>Mimo, że może się wydawać, że turystów nie ubyło, ale to jest mylne wrażenie. Mając klientów z branży turystycznej ciągle słyszę o spadku dochodów od właścicieli hoteli i restauracji.</p> <p>Dlatego, nie powinno się narażać miejscowych przedsiębiorców na dodatkowe koszty, usunięcie reklamy dużej to jest nawet kilkatusięczny koszt: dźwig, transport itp.</p> <p>Sam zatrudniam pracownika mieszkańca Wisły do pomocy przy utrzymaniu reklam, szkoda mi będzie zrezygnować z usług tego mężczyzny.</p> <p>Ustawa nie tylko uderzy w przedsiębiorców, ale również w właścicieli działek przydrożnych- mieszkańców miasta. Nie mieć kilkaset lub nawet kilka tysięcy co miesiąc to jednak spora różnica w tych niepewnych czasach.</p> <p>Ostatnia kwestia dotyczy procedur i informacji, które nie trafiły do wszystkich mieszkańców Wisły, moim zdaniem profil na facebook to jest za słabe medium na informację o tak ważnej kwestii. Spotkałem się z dużą ilością mieszkańców Wisły, którzy nie wiedzieli, że coś takiego miasto wprowadza.</p> <p>Mam nadzieję, że moje uwagi zostaną uwzględnione, reklamy ciągle jednak spełniają swoją funkcję, czy ktoś z nas jeżdżąc po obcym mieście nie zwrócił uwagę na jakąś atrakcję turystyczną reklamującą się na tablicy</p>

		<p>reklamowej? Na komórce można odszukać wszystko, ale często komórka służy nam wtedy jako nawigacja lub po długiej podróży jest rozładowana.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Termin dostosowania został wydłużony po pierwszych konsultacjach społecznych. Został też wprowadzony dłuższy czas dostosowania dla reklam sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę – pięcioletni – którego wcześniej nie przewidywano. Media społecznościowe były tylko jednym z kanałów kontaktowych. O całym procesie i konsultacjach informowano również za pośrednictwem nośników tradycyjnych – tablic informacyjnych, plakatów, ulotek a także informacja prasowa – oraz innych kanałów medialnych, takich jak strony internetowe urzędu, w tym BIP.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>
A.K.Z.	3.	<p>Treść uwagi: Byłem mieszkańcem Wisły Obłaziec, nie wiem czemu w tak trudnych czasach (koronawirus) miasto chce ograniczać możliwość dodatkowego zarobku dla mieszkańców miasta.</p> <p>Jeśli za nieruchomość płacę podatki, dbam o działkę i reklamę (malowanie) to czemu ma być usuwana? Myślę, że w dzisiejszych czasach to decyzja o usunięciu reklam powinna być odroczone o np. 10 lat.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Termin dostosowania został wydłużony po pierwszych konsultacjach społecznych. Został też wprowadzony dłuższy czas dostosowania dla reklam sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę – pięcioletni – którego wcześniej nie przewidywano.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>
	4.	<p>Treść uwagi: Jestem przeciwny zakazowi reklam w Wiśle, trzeba wspierać miejscowe firmy!!!</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Uporządkowanie reklam w Wiśle jest przewidziane w formie dopuszczenia do stosowania jedynie: szyldów, tablic kierunkowych o konkretnych formach przestrzennych, reklam okolicznościowych, transmisyjnych i sponsorskich (zdefiniowanych w projekcie). Są to formy reklamy potrzebne do funkcjonowania działalności gospodarczych i Wisły jako miasta turystycznego. Aby podnieść prestiż Wisły i wyróżnić ją na tle chaosu reklamowego, trawiącego miejscowości górskie w Polsce podjęto się wyzwania wprowadzenia tak znaczącej</p>

		<p>zmiany. Rezygnacja z tego zamierzenia stała by w sprzeczności z opiniami mieszkańców oraz strategią zwiększania atrakcyjności turystycznej Wisły – co długofalowo prowadziłyby do jeszcze gorszych skutków ekonomicznych.</p>
		<p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>
P.W.	5.	<p>Treść uwagi: Nieuwzględnienie Od dzieciństwa jestem związany z Wisłą i nie rozumiem dlaczego Państwo chcą zabronić wieszania reklam. W tak trudnych czasach spowodowanych pandemią tym bardziej warto w dalszym ciągu wspierać przedsiębiorczość, która przekłada się na rozwój turystyki w tym regionie.</p>
		<p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p>
		<p>Uzasadnienie: Rozwój turystyki może być różnie rozumiany oraz oceniany odmiennie w różnych perspektywach czasu. Krótkofalowo reklamy przynoszą zysk – choć raczej agencjom reklamowych niż reklamującym się podmiotom – jednak w kontekście strategii podnoszenia prestiżu i atrakcyjności turystycznej (wynikającej m. in. z dobrego stanu krajobrazu) reklamy są szkodliwe. W ocenie uczestników konsultacji społecznej, radnych oraz urzędników ważniejsza dla rozwoju miasta jest strategia długofalowa.</p>
		<p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>
N.S.	6.	<p>Treść uwagi: Postuję, by ustawa nie wchodziła z dniem 1 stycznia!</p>
		<p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p>
		<p>Uzasadnienie: W uwadze nie zaproponowano terminu wejścia w życie uchwały. Tymczasem termin dostosowania został wydłużony po pierwszych konsultacjach społecznych. Został też wprowadzony dłuższy czas dostosowania dla reklam sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę – pięcioletni – którego wcześniej nie przewidywano. Dokładna data wejścia w życie uchwały zależy od daty publikacji w dzienniku Urzędowym – od tego momentu po 14 dniach uchwała wejdzie w życie. W przypadku jej podjęcia na planowanej Sesji Rady Miasta Wisła (24 listopada 2020 r.) Wojewoda winien opublikować uchwałę niezwłocznie, więc uchwała może wejść w życie najwcześniej 10 grudnia 2020 r.</p>
		<p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>

J.E.	7.	<p>Treść uwagi: Pisze w sprawie ustawy związanej z reklamami w Wisle. Proszę sobie wyobrazić miasto uzdrowskie bez reklam zachęcających turystów do korzystania z atrakcji będących w mieście. Bez reklam wyciągów narciarskich, atrakcyjnych hoteli itp. rzeczy. Miasto będzie szare, brudne i mało kuszące. I tak wiele już straciło bez kolei i z kiepską drogą. Umrze całkowicie. Tego chcą władze miasta? Jaki błąd mieć z tego pożytek? Puste ulice, pozamykane bary i restauracje! Nie potrafię sobie tego uzmyslić. Ta ustawa to jakiś kiepski żart. Domagam się jej wycofania. A na pewno innego terminu jej rozpoczęcia. Niech to miasto się pozbiiera w tych trudnych czasach. Niech ustawa go nie zabije!</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Upatrywanie atrakcyjności Wisły w jej reklamach nie znajduje potwierdzenia w opinii żadnej osoby, która wcześniej wypowiadała się w toku dyskusji publicznej. Nie znajduje również potwierdzenia w porównaniu z innymi miejscowościami – raczej te, które mają zniszczony krajobraz chaotycznie sytuowanymi reklamami są uznawane za gorsze, mniej atrakcyjne i wręcz kiczowate. Miasta nastawione na turystykę, ale niepołożone w Polsce posiadają ograniczoną liczbę reklam a nie mają problemu z chętnymi turystami. Wisła chce raczej równać w górę niż w zakresie ładunku przestrzennego. Niektóre miejscowości turystyczne są w ogóle pozbawione reklam, mają jedynie ujednolicone szyldy. Projekt uchwały krajobrazowej dla Wisły nie idzie aż tak daleko w ingerencję w stan istniejący i dopuszcza formy reklamy kierunkowej, okolicznościowej, transmisyjnej i sponsorskiej.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła </p>
A.U.	8.	<p>Treść uwagi: 1. Uchwały krajobrazowe w Polsce są rzadko podejmowane i dobrze, że Wisła czyni ten krok – ale oprócz podjęcia uchwały najważniejsze jest aby ją realizować. W tym celu wnoszę o dodanie paragrafu realizacyjnego, np. o raportowaniu przez Burmistrza postępów/potrzeb zmian zapisów uchwały corocznie.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Rada Miasta Wisła powierza realizację Uchwały Burmistrzowi Miasta Wisła, nie wskazuje jednak metod realizacyjnych zadania – ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie przewiduje takiego rozwiązania. Rada Miasta może jednak podjąć odrębną uchwałę wskazującą kierunki działań, w związku z realizacją uchwały, w tym np. w ramach corocznego raportu o stanie gminy.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła </p>
	9.	<p>Treść uwagi: 9. Par 12. 2.8) – a co z drogami gruntowymi, albo wewnętrznymi? Przy nich już nie można? Czasem właśnie tam będą najbardziej potrzebne. Ale z drugiej strony wtedy będą zbyt duże może takie tablice. Czy można wtedy ustawić tabliczki dla ruchu pieszego?</p>

		<p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Określenie maksymalnej odległości od drogi publicznej ma zapewnić brak głębokiego wnikania tablic kierunkowych dla ruchu kołowego w krajobraz naturalny. Są to tablice znacznych rozmiarów, dedykowane konkretnej prędkości poruszającego się pojazdu. Drogi wewnętrzne i nieutwardzone wymuszają wolniejszą jazdę i nie wymagają tak dużych tablic. W powyższej sytuacji można zastosować mniejsze tabliczki – dla ruchu pieszego.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>
10.		<p>Treść uwagi: 11. Par 14.4. po pierwsze: uważam, że takich reklam dopuszczono zbyt dużo (co 100m!). A jest je zbyt łatwo przestawić na zwykłą reklamę. Trzeba zaostrzyć te warunki, żeby były najwyżej dwa/trzy ekrany blisko skoczni (bo o to chyba chodzi). PO drugie: ja bym w ogóle zakazała takiej reklamy. Po trzecie: jak już musi być, to z obostrzeniami i koniecznie z fundamentem pod ziemią i pozwoleniem na budowę, a oddzielnie ewentualnie dopuścić ekrany podczas samych wydarzeń, tymczasowo.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Wisła: Częściowe nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Reklama transmisyjna może być realizowana jako reklama wyłącznie na czas trwania wydarzeń. Ograniczenie do 100m odległości od siebie jest uzasadnione względami przestrzennymi i odległościami między ekranami w konkretnych przestrzeniach publicznych na placu Hoffa i w okolicy. Jednak argument o ograniczeniu jego występowania do rejonu skoczni jest zasadny – ustalono obszar w promieniu 400 od skoczni jako optymalny. Również sugestia dopuszczenia formy tymczasowego ekranu jest zasadna i została wprowadzona w definicji: §1 pkt 13: „reklamie transmisyjnej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową, niebędącą szyldem, w formie wolnostojącej, na której wyświetlana jest reklama o zmiennej treści, wyłącznie w czasie transmitowania wydarzeń kulturalnych lub sportowych podczas trwania tych wydarzeń, nie dłużej niż 14 dni” (wymóg trwałego związania z gruntem stał w sprzeczności z tymczasowością). Uwaga nieuwzględniona w punkcie dotyczącym całkowitego zakazu sytuowania reklamy transmisyjnej.</p> <p>Rozstrzygnięcie Rady Miasta Wisła</p>

UZASADNIENIE

Wisła, będąca miejscowością turystyczną o bogatym kulturowo rodowodzie tożsamościowym boryka się z niesłychanym chaosem przestrzennym. Jednym z elementów, składających się na pogorszenie jakości przestrzeni publicznych i krajobrazu (zarówno antropogenicznego jak i naturalnego) są tablice i urządzenia reklamowe, sytuowane w sposób nieuporządkowany. Liczne przegęszczenia, związane z ekspozycją reklamy zewnętrznej, czynią nie tylko szkodę dla estetycznych szyldów (poprzez dezinformację) lecz obniżają wartość krajobrazu, będącego jednym z podstawowych elementów, dla których turyści wybierają Wisłę, jako cel podróży.

Równocześnie Wisła jest miastem wielkich wydarzeń sportowych, o zasięgu światowym, a liczba mieszkańców prowadzących działalność gospodarczą jest na tyle znacząca, że świadczy o niezwyklej przedsiębiorczości, pozwalającej kreatywnie korzystać z dobrodziejstwa natury i wytwórczości ludzkiej.

Poszukiwanie konsensusu między potrzebą informacji zewnętrznej zostało osiągnięte poprzez ograniczenie wszystkich reklam jedynie do ściśle określonych form reklamy kierunkowej – dedykowanej dla ruchu pieszego jak i kołowego (spójne stylistycznie elementy jednego systemu) – oraz do reklamy okolicznościowej i sponsorskiej (związanej właśnie z wydarzeniami sportowymi).

Dalszy, intensywny, rozwój Wisły powinien opierać się na zasadach zrównoważonego rozwoju a nawet realizować idee *Degrowth* czyli tzw. Postwzrostu. Idea ta oznacza ograniczenie niepotrzebnej konsumpcji, dla lepszego zachowania i odtworzenia zasobów na przyszłość – czyli w zakresie uchwały: naprawianie krajobrazu przez redukcję nośników reklamy.

Dlatego, mając na celu dążenie do ochrony i wzmocnienia unikatowych walorów przyrodniczych i krajobrazowych Wisły, w szczególności uwzględniając jej położenie w granicach Parku Krajobrazowego Beskidu Śląskiego i jego otulinie, a także pragnąc podnieść jakość życia mieszkańców i atrakcyjność turystyczną poprzez prawidłowe kształtowanie ładu przestrzennego na obszarze całej Wisły, została przygotowana niniejsza uchwała.