

Projekt

**Uchwała Nr .....**  
**Rady Gminy Michałowice**

z dnia ..... 2022 r.

**w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Michałowice 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 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2022 r. poz. 559 ze zmianami), art. 37a ust. 1, 4, 6, 7 i 10 oraz art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r. poz. 503 ze zmianami), w związku z uchwałą nr X/116/2019 Rady Gminy Michałowice z dnia 5 sierpnia 2019 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały w sprawie zasad i warunków usytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane,

**mając na celu dążenie do zachowania krajobrazu kulturowego, wysokiego poziomu jakości życia, a także realizację zasad zrównoważonego rozwoju, w tym ochrony przyrody oraz prawidłowego kształtowania ładu przestrzennego,**  
**Rada Gminy Michałowice uchwala co następuje:**

**§ 1.**

Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie gminy Michałowice 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 i częściowo nieuwzględnionych przez Wójta Gminy Michałowice uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

**§ 3.**

1. Uchwała Krajobrazowa wprowadza różne regulacje dla różnych obszarów wraz z określeniem w sposób jednoznaczny granic tych obszarów.
2. Uchwała Krajobrazowa zawiera załącznik graficzny.

**§ 4.**

Wykonanie uchwały powierza się Wójtowi Gminy Michałowice.

## **§ 5.**

Uchwała wchodzi w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego.

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

**Rozdział I  
Przepisy wprowadzające.**

**§1. 1. Ustala się podział Gminy Michałowice na obszary podlegające różnym regulacjom:**

- 1) krajobraz prężności gospodarczej obejmujący następujące działki ewidencyjne:
  - a) Obręb numer 0005, działki o numerach: 1133, 1134, 1135, 1136, 1137, 1138, 1139, 1140, 1141, 1142, 1143, 1144, 1255/1, 1256, 1257, 1258, 1110, 1190, 1057, 1059, 1058, 1017, 994/2, 994/3, 994/5, 994/4, 983, 982/1, 966, 967/1, 968/1, 969/1, 970/1, 971/1, 974/1, 975, 1155/1, 1152/1, 1152/2, 1163, 1153/2, 1153/1, 1145/1, 1145/2, 1146, 1147, 1149, 1150,
  - b) Obręb numer 0008, działki o numerach: 10/6, 9, 6/3, 6/4, 6/2, 7/1, 7/2, 10/4, 10/2, 10/3, 10/1, 8/1, 8/2, 50/3, 50/5, 647/10, 647/12, 652, 66, 62, 69/6, 69/4, 78/2, 648/15, 648/17, 648/19, 649/7, 649/9, 61/1, 61/2, 56/1, 57/1, 60/3, 727/1, 68/3, 68/4, 71/7, 10/8, 10/9, 69/7, 69/5, 78/3, 80, 88, 83/1, 85/5, 85/16, 85/17, 85/13, 86/5, 86/6, 86/14, 86/12, 86/13, 86/4, 360/1, 360/2, 361/1, 357, 3/2, 647/14, 647/13, 648/16, 648/20, 648/18, 648/6, 648/10, 649/8, 649/10, 56/2, 57/2, 60/4, 727/2, 71/8, 67/4, 72, 73, 89, 74/7, 74/14, 74/8, 74/13, 74/12, 74/10, 74/11, 74/3, 76/1, 76/2, 77,
  - c) Obręb numer 0013, działki o numerach: 459/1, 459/2, 459/3, 459/6, 459/7, 459/8, 459/9, 459/10, 459/15, 459/45, 459/19, 459/21, 459/46, 459/47, 459/25, 459/26, 459/27, 459/29, 459/28, 459/31, 459/32, 459/36, 459/37, 459/38, 224/5, 224/6, 224/8, 224/9, 224/10, 224/11, 224/12, 224/13, 224/14, 224/3, 224/15, 224/16, 224/17, 224/18, 224/19, 224/20, 224/21, 224/21, 224/22, 442, 224/23, 224/24, 224/25, 224/26, 224/27, 224/28, 224/29, 224/30, 224/31, 224/32, 224/33, 224/34, 224/35, 224/36, 224/37, 224/38, 224/39, 224/1, 175/1, 166/1, 159/1, 132/1, 136, 135/1, 140/3, 141, 149, 150/2, 158, 460, 461, 463/1, 464/3, 464/4, 464/5, 464/2, 465, 466, 475/2, 476/2, 476/1, 477, 497/1, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 807/1, 807/2, 516, 517, 518, 519, 242, 243, 241/1, 239, 238/1, 236/2, 235, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234/4, 234/3, 388/4, 388/1, 377, 378, 379, 380, 100, 99, 98, 97, 96, 79/2, 81, 79/1, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90/2, 90/3, 91, 92, 93, 94, 95, 218, 217, 219, 215, 216, 458, 220, 221, 222, 223/3, 223/4, 223/2, 211, 212/4, 213, 199/4, 198, 195, 196, 197, 175/2, 166/2, 131/8, 131/6, 132/2, 135/2, 134, 140/4, 140/1, 139/1, 148/1, 157;

- 2) pozostały obszar Gminy Michałowice – od granic obszaru opisanego w pkt 1 do granic administracyjnych Gminy Michałowice.
  2. Granice krajobrazu prężności gospodarczej zostały zwizualizowane na załączniku graficznym, będącym integralną częścią Uchwały Krajobrazowej.
- §2. 1. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale III, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane, z zastrzeżeniem ust 2 i ust. 4.**
2. Rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczonych do sytuowania na terenie Gminy Michałowice zostały wskazane w Rozdziale III oraz zdefiniowane w Rozdziale II.
  3. Metodyka ustalania gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych została określona w Rozdziale II.
  4. W odniesieniu do szyldów obowiązują ponadto:
    - 1) maksymalna liczba szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z wykorzystaniem dopuszczonych typów szyldów wskazane w Rozdziale III;
    - 2) zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty określone w Rozdziale III.
- §3. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale IV, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.**
- §4. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale V, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.**
- §5. Warunki i termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń i obiektów małej architektury określa Rozdział VI.**

## **Rozdział II**

### **Definicje i metodyka ustalania gabarytów i liczby szyldów.**

**§6. Ilekczo w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:**

- 1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spoistej lub w formie siatki, sytuowaną na istniejących elementach zagospodarowania;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o powierzchni powyżej 5,8 m<sup>2</sup>, umożliwiającą umieszczanie treści reklamy przeznaczonej do czasowej ekspozycji, najczęściej w formie plakatu, w układzie poziomym;
- 3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Wojewódzkiego Rejestru Zabytków) oraz następujące przydrożne kapliczki:
  - a) Komorów – róg al. Marii Dąbrowskiej i Starych Lip – Figura Matki Boskiej na postumencie. Otoczona niskim ogrodzeniem,
  - b) Pęcice – ul. Parkowa – Figura Matki Boskiej na czterostopniowym postumencie,

- c) Sokołów – róg ul. Sokołowska i Rodzinnej – Figura Matki Boskiej na trójstopniowym postumencie. Postument zwieńczony świętymi krawędziami,
  - d) Pęcice – ul. Pęcicka – Krzyż o ramionach zakończonym trójliściem, na postumencie. Pośrodku figura Chrystusa przybitego do krzyża,
  - e) Sokołów – ul. Sokołowska – Krzyż na postumencie. Wewnątrz postumentu przedstawienie Matki Boskiej z Jasnej Góry,
  - f) Sokołów – róg ul. Sokołowskiej i Wąskiej – Krzyż na trójstopniowym cokole,
  - g) Reguły – al. Powstańców Warszawy – Krzyż na postumencie. Wewnątrz postumentu figura Matki Boskiej,
  - h) Pęcice – ul. Parkowa – Krzyż z figurą Matki Boskiej wewnątrz postumentu,
  - i) Sokołów – ul. Gromadzka – Krzyż na wysokiej podstawie z piaskowca,
  - j) Suchy Las – róg ul. Parkowej i ks. M. Woźniaka Krzyż na pamiątkę błogosławieństwa ks. Michała Woźniaka,
  - k) Opacz Mała – ul. Targowa – Krzyż na trójstopniowym cokole, wewnątrz którego znajduje się pomalowana figura Chrystusa,
  - l) Pęcice – ul. Pęcicka, róg Kasztanowej – Krzyż na niewielkim cokole, ze współczesną figurą Chrystusa,
  - m) Pęcice Małe – ul. Komorowska róg Dzikiej – Wysoki krzyż na dwustopniowym cokole,
  - n) Komorów – róg ul. Brzozowej i Kolejowej – Figura Matki Boskiej wewnątrz szklanej gabloty, na cokole,
  - o) Michałowice – Wieś – ul. Poniatowskiego/Borowskiego Krzyż z figurą Chrystusa na cokole. Wewnątrz postumentu przedstawienie religijne,
  - p) Opacz-Kolonia – ul. Środkowa, za rondem ul. Ryzowa – Figura Matki Boskiej wewnątrz cokołu. Cokół zwieńczony krzyżem współczesnym
  - q) Michałowice – ul. Jesionowa, przy Netto – Współczesna kapliczka w formie cokołu z wnęką i przedstawieniem religijnym,
  - r) Nowa wieś – ul. Główna 62 – Figura Matki Boskiej wewnątrz szklanej gabloty na cokole,
  - s) Pęcice – rondo przy ul. Parkowej i Zaufek – Krzyż z figurą Chrystusa;
- 4) **fladze reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału;
- 5) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrzynami, 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 połaci dachowej,
  - d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;

- 6) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole:
  - a) mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające 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, t.j. wytrawionym, wypalonym bądź wyrzeźbionym lub wrytym w zastosowanym materiale;
- 7) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 8) **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;
- 9) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 10) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć drewnianą lub metalową szafkę z przezroczystym frontem oraz nieprzezroczystym tyłem, służącą do prezentacji umieszczonych w jej wnętrzu elementów, w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowaną w poziomie parteru elewacji;
- 11) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 12) **kasetonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki w kształcie prostopadłościanu z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła;
- 13) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;
- 14) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególny przypadek formy ażurowej, w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;
- 15) **ogrodzeniu ażurowym** – należy przez to rozumieć takie ogrodzenie, które posiada stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni pełnych w przęsłach większy niż 40% oraz ogrodzenie drewniane o prześwitach minimum 2 cm między sztachetami; do obliczeń nie bierze się pod uwagę cokołu, podmurówki ani słupków, zaś powierzchnię przęsła liczy się jako pole prostokąta zawartego między krawędziami słupków, krawędzią górną cokołu, podmurówki lub gruntu a którego wysokością jest wysokość słupków;
- 16) **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 uskoku elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub detali architektonicznych, takich jak gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;

- 17) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji, takie jak: krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend; jego szerokością określa się odległość od jego zewnętrznej krawędzi do zewnętrznej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 18) **pasie szyldowym** – należy przez to rozumieć powierzchnię na elewacji w poziomie parteru, mieszczącą się ponad górną krawędzią witryn lub otworu drzwiowego, prowadzącego do budynku lub lokalu;
- 19) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 20) **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;
- 21) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej, w przypadku ich sytuowania w sposób widoczny z dróg publicznych;
- 22) **pylonie** - należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;
- 23) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tworzywa sztucznego lub papieru mocowaną do elementów zagospodarowania przestrzennego, w szczególności szyb, za pomocą kleju;
- 24) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, niebędące szyldem, umieszczane tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni w okresie bezpośrednio poprzedzającym, w trakcie trwania i bezpośrednio po wydarzeniu o charakterze społecznym, kulturalnym lub sportowym, które to wydarzenie w posiada określoną datę rozpoczęcia i zakończenia, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą;
- 25) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;
- 26) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 27) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku;
- 28) **stupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;

- 29) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:5;
- 30) **standardowych formatach** – należy przez to rozumieć gabaryty powierzchni ekspozycyjnej, charakterystyczne dla reklamy zewnętrznej, stosowane systemowo dla tablic reklamowych o następujących wartościach (szerokość x wysokość):
- a) 1,2x1,8 m,
  - b) 3x2 m,
  - c) 3,56 x 2,46 m,
  - d) 5,04 x 2,38 m
  - e) 6x3 m,
  - f) 12x3 m,
  - g) 12x4 m,
  - h) 10x12 m,
  - i) oraz wyłącznie dla flag reklamowych: 1x3 m, 2x6 m, 4x12 m;
- 31) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej – należy przez to rozumieć obowiązek trwałego związania z gruntem, a w przypadku występowania fundamentu obowiązek jego umieszczenia pod powierzchnią terenu lub z zachowaniem wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;
- 32) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
- a) zachowanie stałości obrazu,
  - b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
  - c) stosowanie ekranu, alternatywnie:
    - w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający,
    - z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający,
  - d) stosowanie alternatywnie:
    - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m<sup>2</sup>,
    - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
      - w dzień – 7 000 cd/m<sup>2</sup> dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
      - w dzień – 2 500 cd/m<sup>2</sup> dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
      - w nocy – 400 cd/m<sup>2</sup>;
- 33) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, o gabarytach umożliwiających ręczne przenoszenie, wystawiane okresowo przed lokal, którego ofertę przedstawia, w szczególności sztaluga z menu, dwustronny koziółek lub tablica kredowa;



- 34) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych w ramach dopuszczalnej liczby szyldów lub w przypadku szyldów jednej działalności na tabliczkach na dystansach;
- 35) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;
- 36) **tabliczkach kierunkowych** – należy przez to rozumieć niewielkie (o określonych w uchwale krajobrazowej gabarytach) tablice reklamowe wskazujące kierunek dotarcia do działalności;
- 37) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, trwale związane z gruntem, o powierzchni ekspozycyjnej w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie;
- 38) **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;
- 39) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno lub okna, w tym szczególnie okna wystawowe, a także drzwi lokalu użytkowego służące szczególnie ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, łącznie z przestrzenią otworu okiennego lub drzwiowego ograniczoną grubością ściany i krawędziami tego otworu;
- 40) **WOCK** – należy przez to rozumieć nieruchomości oraz części nieruchomości, będące szczególnym elementem krajobrazu naturalno-kulturowego, objęte Rozporządzeniem nr 3 Wojewody Mazowieckiego z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (Dz. Urz. Woj. Maz. z 2007 r. Nr 42, poz. 870 ze zm.);
- 41) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
- a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych;
  - b) stosowanie ujednoliconej kolorystyki – jednakowej dla wszystkich malowanych elementów metalowych danej konstrukcji – w ograniczeniu kolorystycznym, alternatywnie:
    - czarny,
    - odcienie szarości,
    - odcienie granatu;
  - c) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji;
  - d) brak występowania rdzy na elementach metalowych;
  - e) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć.

**§7. 1. Uchwała Krajobrazowa nie narusza przepisów odrębnych, w szczególności związanych z ochroną następujących form ochrony przyrody:**

- 1) Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, dla którego obowiązuje Rozporządzenie Nr 3 Wojewody Mazowieckiego z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (Dz. Urz. Woj. Maz. z 2007 r. Nr 42, poz. 870 ze zm.), w zakresie określonym w ustawie o ochronie przyrody;
- 2) Zespołów Przyrodniczo-Krajobrazowych: Stawy Pęcickie, dla którego obowiązuje Rozporządzenie Nr 76 Wojewody Mazowieckiego z dnia 29 października 2008 r. w sprawie ustanowienia zespołu przyrodniczo-krajobrazowego Stawy Pęcickie (Dz. Urz. Woj. Maz. z 2008 r. Nr 194, poz. 7037) oraz Wieś Komorów, dla których obowiązują przepisy art. 45 ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz.U. z 2022 r. poz. 916);
- 3) pomników przyrody, dla których obowiązują przepisy art. 45 ustawy o ochronie przyrody;
- 4) ochrony gatunkowej roślin, zwierząt i grzybów, odbywającej się niezależnie od miejsc ich bytowania, dla której obowiązują przepisy art. 51, 52 ustawy o ochronie przyrody.

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

- 1) przepisami ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503 z późn. zm.): reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe;
- 2) przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 2351 ze zm.): budynek, budowla, obiekt budowlany, obiekt małej architektury.

**§8. 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 najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
  - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
  - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
  - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;
- 4) wysokość sytuowania i wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone,
- 6) 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;
- 7) liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot rozumiana jest jako jeden szyld w przypadku:
- a) zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,
  - b) zastosowania tabliczek na dystansach – w przypadku zachowania sytuowania zbiorczego,
  - c) zastosowanie formy wielościennej,
  - d) umiejscowienia w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej,
  - e) zastosowania szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania,
  - f) szyldów jednej działalności, tworzących zespół obiektów, co rozumie się przez łączne spełnienie warunków:
    - zachowanie gabarytów nieprzekraczających 6 m wysokości, 6 metrów głębokości i 6 m szerokości – każdego z szyldów,
    - zespół obiektów nie przekracza łącznie liczby 6 szyldów,
    - szyldy są umieszczone wzdłuż jednego ciągu przemieszczania się klientów w odległościach nieprzekraczających 20 m między szyldami;
- 8) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy wielościennej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

### **Rozdział III**

#### **Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym będących szyldami, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.**

**§9. Dopuszcza się stosowanie danego rodzaju tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego jako szyldu, wyłącznie w przypadku, gdy dany paragraf zawiera postanowienia, które należy stosować w takim przypadku.**

**§10. 1. Ogranicza się maksymalne gabaryty w zależności od kontekstu krajobrazowego w następujący sposób:**

- 1) maksymalną powierzchnię ekspozycyjną określa się na 6m<sup>2</sup>, z zastrzeżeniem pkt 2-4;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego i w ich przedpolach ekspozycyjnych, tj. w odległości 30 m od elementów krajobrazu kulturowego – maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 3 m<sup>2</sup> oraz wysokość całej konstrukcji 4 m;

- 3) w WOCK – maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 3 m<sup>2</sup> oraz maksymalną wysokość całej konstrukcji 3 m;
- 4) w krajobrazie prężności gospodarczej dopuszczone są maksymalne gabaryty powierzchni ekspozycyjnej dopuszczalne dla danego rodzaju tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego oraz ogranicza się maksymalną wysokość całej konstrukcji 24 m.

**2. Określa się maksymalną łączną liczbę szyldów dla każdej z działalności prowadzonej na danej nieruchomości do:**

- 1) 3 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu, z zastrzeżeniem pkt 2 i pkt 3;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego i WOCK - 2 na budynku, 1 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 1 wolnostojący i 1 na ogrodzeniu;
- 3) w krajobrazie prężności gospodarczej: 5 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu.

**§11. 1. Postanowienia dla banerów reklamowych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) zakaz sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego,
  - b) zakaz sytuowania w WOCK,
  - c) dopuszcza się sytuowanie w ramie w formie wolnostojącej,
- 2) gabaryty: standardowe formaty określone w §6 pkt 30 lit. a, b, c lub d;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy oraz standard posadowienia;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.

**2. Postanowienia dla banerów reklamowych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: dwa szyldy, z zastrzeżeniem pkt 2 lit. c;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) dopuszcza się wyłącznie w krajobrazie prężności gospodarczej,
  - b) dopuszcza się wyłącznie na budynkach w sposób zakrywający elewację w części nieposiadającej okien,
  - c) nakazuje się sytuowanie symetrycznie względem osi głównego wejścia do budynku;
- 3) gabaryty: wynikowo poprzez zachowanie pasa ochronnego szerokości minimum 0,4 m.

**3. Postanowienia dla banerów reklamowych, niebędących szyldami, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:**

- 1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
  - a) na elementach krajobrazu kulturowego,
  - b) na słupach energetycznych,
  - c) na drzewach.
- 2) gabaryty: zgodnie z §10 ust. 1;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.

**§12. 1. Postanowienia dla billboardów, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca;
  - b) zakaz sytuowania:
    - na elementach krajobrazu kulturowego,
    - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
    - w WOCK;
  - c) minimalne odległości od innych billboardów sytuowanych na tej samej nieruchomości – 70 m;
- 2) gabaryty: standardowe formaty;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) obowiązuje standard posadowienia,
  - c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
  - d) dopuszcza się formę wielostronną,
  - e) dopuszcza się przewijaną powierzchnię ekspozycyjną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

## **2. W odniesieniu do billboardów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
  - a) na nieruchomościach o powierzchni nie większej niż 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie jeden,
  - b) na nieruchomościach o powierzchni większej niż 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - wyłącznie na budynku lub w formie wolnostojącej, z wyłączeniem elementów krajobrazu kulturowego i WOCK;
  - z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
  - sytuowanie zbiorcze;
- 3) gabaryty: standardowe formaty;

## **§13. 1. Postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca,
  - b) zachowanie smukłej proporcji,
  - c) zakaz sytuowania w WOCK;
- 2) gabaryty: zgodnie z §10 ust. 1;
- 3) standardy jakościowe – dopuszcza się formę wielostronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne.

## **2. W odniesieniu do flag reklamowych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca:

- b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 3000 m<sup>2</sup>,
  - c) warunek trwałego związania z gruntem,
  - d) poza elementami krajobrazu kulturowego i WOCK,
  - e) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego
  - f) dopuszcza się formę wielostronną;
- 3) Gabaryty: zgodnie z §10 ust. 1.

**§14. Postanowienia dla form ażurowych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów, z zastrzeżeniem z §10 ust. 2, dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
  - a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
  - b) w pasie szyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
  - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie dwa,
  - d) na dachu: maksymalnie dwa;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
  - b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa,
  - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
    - obowiązuje sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej prostopadle do elewacji,
    - obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
  - d) na dachu:
    - z zachowaniem proporcji 1:5 względem wysokości budynku;
- 3) gabaryty – zgodnie z §10 ust. 1.

**§15. 1. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
  - b) odległości między gablotami ekspozycyjnymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach: minimalnie 30 m, nie dotyczy formy zintegrowanej z wiatą przystankową;
- 2) gabaryty – określa się ściśle wymiary powierzchni ekspozycyjnej: szerokość 1,2 m i wysokość 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę wielostronną,
  - c) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej: przewijaną i wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

**2. W odniesieniu do gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:**

- 1) Liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, zgodnie §10 ust. 2;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
  - a) zachowanie smukłej proporcji,

- b) zachowanie formy zwartej,
- c) sytuowanie zbiorcze
- d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania na budynku:
  - a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
  - b) poniżej pasa szyldowego,
  - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
  - d) sytuowanie zbiorcze;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
  - a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło;
  - b) wykonane jako element stały, wkomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty:
  - a) maksymalnie 3 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit. b i c,
  - b) w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnie 6 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit c,
  - c) na ogrodzeniach maksymalnie 0,7 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej.

**§16. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §10 ust. 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice,
  - b) poza WOCK i nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty:
  - a) maksymalnie 3 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit. b,
  - b) w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnie 6 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej.

**§17. Postanowienia dla murali reklamowych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) na elewacjach, posiadających maksymalnie 3 otwory okienne,
  - b) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,
  - c) wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku,
  - d) poza WOCK i elementami krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% muralu;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: farba.

**§18. Postanowienia dla przyczep reklamowych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;
  - b) zakaz sytuowania:
    - na miejscach parkingowych,
    - w pasach drogowych,
    - na elementach krajobrazu kulturowego,

- w WOCK;
- 2) gabaryty: formaty standardowe określone w §6 pkt 30 lit. a, b, c lub d;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal, guma.

**§19. Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §10 ust. 2:
  - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m<sup>2</sup> – maksymalnie jeden,
  - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m<sup>2</sup> do 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie dwa,
  - c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
  - a) zachowanie smukłej proporcji,
  - b) zachowanie formy zwartej,
  - c) sytuowanie zbiorcze,
  - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty dla formy wolnostojącej zgodnie z §10 ust. 1.

**§20. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności zgodnie z §10 ust. 2 dla sytuowania na budynku lub budowli lub urządzeniu automatycznym;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w witrynie,
  - b) na urządzeniach automatycznych;
- 3) gabaryty:
  - a) w witrynach
    - w przypadku formy ażurowej maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego lub drzwiowego,
    - w pozostałych przypadkach maksymalnie 10% powierzchni otworu okiennego lub drzwiowego,
  - b) na urządzeniach automatycznych: maksymalnie 1 m<sup>2</sup>,
  - c) na budowlach: maksymalnie 2 m<sup>2</sup>

**§21. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, niebędącej szyldem:**

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;
- 2) gabaryty: maksymalnie 6m szerokości na 6m grubości na 6m wysokości;
- 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.

**§22. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §10 ust 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w pasie szyldowym lub poniżej;



- b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,
  - c) forma wielościana;
- 3) gabaryty: maksymalnie 1 m<sup>2</sup>.

**§23. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi sytuowanymi na tej samej nieruchomości, wynoszącej 15 m;
- 2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne dla reklamy wyświetlanej.

**§24. Postanowienia dla stojaków reklamowych niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) zakaz sytuowania na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
  - b) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
  - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 2 m od granicy nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność;
- 2) gabaryty: maksymalnie 0,4 m<sup>2</sup>;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal lub drewno,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: farba lub kreda.

**§25. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §10 ust. 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,
  - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
  - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;
- 3) gabaryty: maksymalnie 0,4 m<sup>2</sup>.

**§26. Postanowienia dla tabliczek kierunkowych, niebędących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca,
  - b) zakaz sytuowania:
    - na elementach krajobrazu kulturowego,
    - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty:
  - a) maksymalna wysokość: 0,7 m,
  - b) maksymalna szerokość: 1, 2 m,
  - c) maksymalna grubość: 0,3 m,
  - d) maksymalna powierzchnie ekspozycyjna: 0,49;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) obowiązuje standard posadowienia,
  - c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
  - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal i drewno,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: metal, tworzywo sztuczne lub malowane drewno.

**§27. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §10 ust. 2: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) poza:
    - nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
    - WOCK,
  - b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m<sup>2</sup>,
  - c) sytuowanie zbiorcze dla totemów o wysokości powyżej 12 m,
  - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty zgodnie z §10 ust. 1.

**§28. W zakresie reklamy okolicznościowej, w tym reklamy wyborczej, dopuszcza się ją również na zasadach i warunkach, wskazanych w §9 - §22.**

**Rozdział IV**  
**Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń,**  
**ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych,**  
**z jakich mogą być wykonane.**

**§29. 1. Zakazuje się sytuowania ogrodzeń tworzących osiedla zamknięte, przez co rozumie się:**

- 1) stosowanie ogrodzenia wspólnego dla kilku nieruchomości, w których skład wchodzi droga wewnętrzna lub utwardzony ciąg komunikacyjny oraz na których znajdują się alternatywnie z poniższych:
  - a) więcej niż dwa budynki wielorodzinne lub w zabudowie bliźniaczej,
  - b) więcej niż trzy budynki jednorodzinne,
  - c) budynki w zabudowie szeregowej;
- 2) wykorzystanie murów oporowych dla realizacji celu tożsamego z opisanym w pkt 1;
- 3) realizację pkt 1 lub pkt 2 poprzez wtórny podział nieruchomości po realizacji zamierzenia budowlanego.

**2. Zakazuje się stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:**

- 1) ogrodzeń pełnych, tj. innych niż ażurowe, z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących:
  - a) cmentarzom,
  - b) kościołom i budynkom służącym kultowi religijnemu,
  - c) budynkom służącym funkcjom określonym w pkt 1 lit. a i b, w szczególności plebanie i krematoria;
- 2) poniższych materiałów:
  - a) prefabrykatów żelazo-betonowych w systemie płytowo-słupowym z wyłączeniem cokołu,
  - b) blach trapezowych i falistych,
  - c) tworzyw sztucznych,
  - d) mat słomianych i płyt drewnopochodnych,
  - e) paneli drewnianych w formie plecionej z płaskich drewnianych elementów w ramie;
- 3) elementów o niskim standardzie jakościowym, co rozumie się przez:
  - a) z odpadającym tynkiem,
  - b) kruszącym się materiałem murowanym i kamieniarką,
  - c) złuszczającą się farbą,
  - d) pochylonymi słupkami, podmurówką i przęsłami.

**§30. 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) utrzymania porządku;
- 4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

**§31. Określa się następujące standardy jakościowe i materiały budowlane dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowanie elementy krajobrazu kulturowego:**

- 1) stosowanie ogrodzenia pełnego w formie murowanej maksymalnie na odcinku lub odcinkach, stanowiących łącznie 40% długości ogrodzenia;
- 2) akcentowanie rytmu przęseł na całej długości ogrodzenia;
- 3) stosowanie kolorystyki malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń - szarej, czarnej lub w kolorze błękitu pruskiego (HEX #003153; RAL 270 20 25; RGB 0, 49, 83; CMYK 100, 41, 0, 67) lub odpowiadający według innego wzornika kolorów);
- 4) zakazuje się stosowania od strony przestrzeni publicznych:
  - a) siatek ogrodzeniowych,
  - b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego.

**§32. Określa się następujące standardy jakościowe, materiały budowlane i gabaryty ogrodzeń realizowanych w WOCK:**

- 1) zakazuje się stosowania od strony przestrzeni publicznych:
  - a) siatek ogrodzeniowych,
  - b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy;
- 1) maksymalna wysokość 1,8 m, z wyłączeniem ograniczenia dla furtek i bram;
- 2) maksymalna wysokość cokołu lub podmurówki 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 przęsa ogrodzenia należy zachować prześwit wysokości minimum 0,1 m.

## **Rozdział V**

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

**§33. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych na terenie dróg publicznych wprowadza się obowiązki:**

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 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.

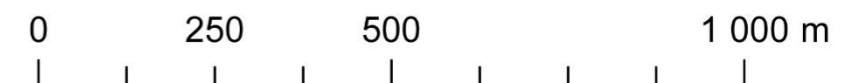
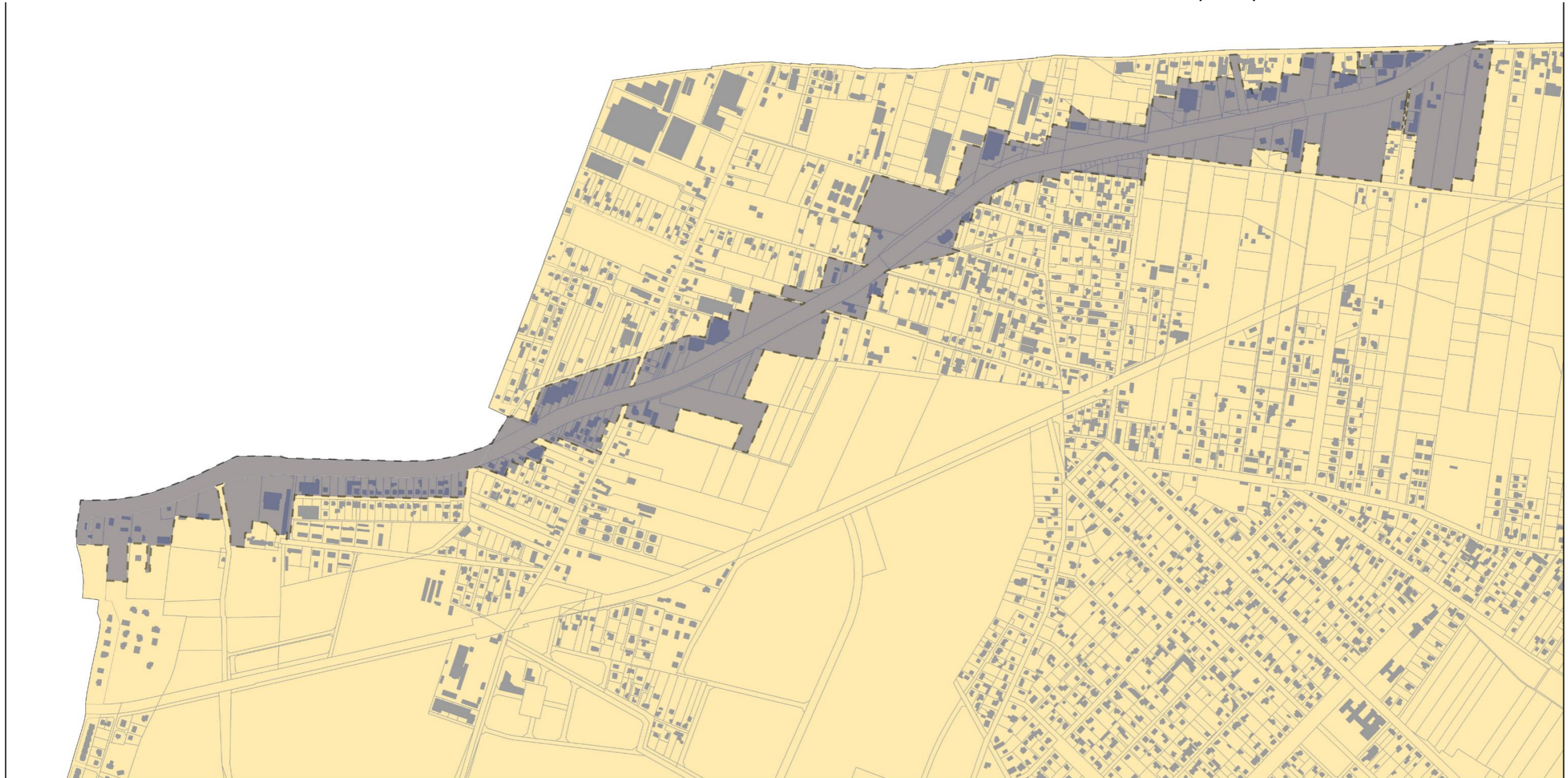
**§34. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy.**



- §35. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, sytuowanych w WOCK i na nieruchomościach, na których znajdują się elementy krajobrazu kulturowego, przez nałożenie obowiązku stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów.**
- §36. Maksymalne gabaryty, określone w §30 oraz standardy jakościowe, wskazane w §31 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.**

## **Rozdział VI**

**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.**

- §37. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych, na 24 miesiące od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2.**
- 2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.**
- 3. 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.
- §38. 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.**
- §39. 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 lub urządzenie były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.**



 obszar prężności gospodarczej  pozostały obszar gminy Michałowice w granicach administracyjnych



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

Projekt Uchwały Krajobrazowej był wykładany do publicznego wglądu dwukrotnie:

Pierwsze wyłożenie do publicznego wglądu: od 08 grudnia 2021 r. do 14 stycznia 2022 r.  
Termin wnoszenia uwag: do dnia 28 stycznia 2022 r.

Powtórzone wyłożenie do publicznego wglądu: od 06 lipca do 04 sierpnia 2022 r.  
Termin wnoszenia uwag: do dnia 18 sierpnia 2022 r.

Lista z I wyłożenia:

Lp.	Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (lp.)	Treść merytoryczna uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;	Sposób rozpatrzenia Wójta Gminy Michałowice:			Uzasadnienie:	Rozstrzygnięcie Rady Gminy Michałowice o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Wójta Gminy Michałowice	Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym (z wyłączeniem zdjęć oraz nazw własnych):
				Uwzględnienie	Częściowo nieuwzględnienie	Nieuwzględnienie			
1.	C.G	1.	Usunięcie §26 pkt 2 lit. a lub jego doprecyzowanie umożliwiające realizację ogrodzeń nieprzeziernych innych niż lity mur.		X		<p>Zaprezentowane możliwości interpretacji zapisu udowadniają konieczność jego doprecyzowania. Doprecyzowanie to nie może jednak iść w kierunku zmiany sensu założenia głównego, jakim jest zintegrowanie krajobrazowe przestrzeni prywatnej i publicznej.</p> <p>Warto nadmienić, że żywopłot nie stanowi ogrodzenia w myśl polskiego prawa, w związku z tym dopuszczalne jest jego realizacja w sposób zapewniający wyższy poziom prywatności niż planowana przezierność.</p>	<p>Mam następujące pytanie/uwagę do par. 26.2.a: czy wspomniana tam „powierzchnia prześwitu” ogrodzenia (min. 40%) jest rozumiana jako:</p> <p>a) powierzchnia, przez którą zapewniona jest optyczna widoczność terenu posesji z zewnątrz (w tym sensie przezierna szyba w płaszczyźnie ogrodzenia zapewnia „prześwit”, ale już szyba mleczna nie),</p> <p>b) powierzchnia pozbawiona fizycznych przeszkód (w tym sensie - np. w przypadku ogrodzenia z prętów ze stali kutej - prześwitem są odstępy między prętami, ale już powierzchnia pręta nie, nie jest nim też przezroczysta szyba),</p> <p>c) powierzchnia, przez którą może przechodzić powietrze, choć niekoniecznie na wprost (w tym sensie np. przesło z drewnianych desek, umocowanych naprzemiennie w dwóch równoległych płaszczyznach tak, że w każdej z tych płaszczyzn jest prześwit 50%, ale każda z tych płaszczyzn pokrywa inne 50% (istotę obrazują te znaki: __ -- __ -- __ -- __ -- __)),</p>	



						<p>Równocześnie proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń.</p> <p>Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%.</p> <p>W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów</p>		<p>d) każda powierzchnia będąca częścią ozdobną, a nie konstrukcyjną (tj. w przypadku ogrodzenia składającego się z murowanych słupków, murowanej podmurówki oraz drewnianych wypełnień/przęseł między słupkami, powierzchnia wypełnień jest „powierzchnią prześwietu”?</p> <p>Jeśli termin „powierzchnia prześwietu” jest rozumiany w sposób wykluczający stawianie ogrodzeń jak w pkt. c) i d) powyżej, to oznacza, że właściciele posesji nie będą mogli zapewnić sobie prywatności na ich terenie, co będą zapewne obchodzić stawiając „ogrodzenia wewnętrzne”/zasłony, co tylko podniesie koszty, ale nie zwiększy estetyki (a zależnie od stopnia porządku na posesji, może ją obniżyć).</p> <p>Co więcej, w myśl takiego rozumienia „powierzchni prześwietu”, nawet ogrodzenia z gęstego żywopłotu będą nielegalne. Dlatego proponuję usunięcie tego punktu lub takie jego doprecyzowanie, żeby były legalne ogrodzenia, które nie są przezierne optycznie, o ile nie są litym murem. Nie wszystko, co jest nieprzezierne szpeci krajobraz.</p>
2.	K.S.	2.	Postulat ograniczenia krajobrazu prężności gospodarczej do szerokości pasa drogowego i pasa terenu wokół.		X	<p>Prowadzenie takiego wyróżnika wiązałoby się z określeniem przypadkowego pasa terenu, nie uwzględniającego struktury własnościowej związanej z prowadzonymi przy Alejach Jerozolimskich i byłoby rozwiązaniem krzywdzącym dla przedsiębiorców, przedsiębiorczyń, właścicieli i właścicielek terenów.</p>		<p>Podsumowując - zapis krajobrazowej prężności gospodarczej powinien być tylko i wyłącznie związany z pasem drogowym Al. Jerozolimskich, wraz z określeniem jego szerokości.</p>
		3.	Stwierdzenie braku spójności w zakresie postanowień dla różnych rodzajów nośników reklamy – występowanie lub nie dopuszczenia jako szyld.		X	<p>Rozwiązanie takie ma na celu ograniczenie możliwości stosowania różnych rodzajów reklam i wynika również z praktyki – np. praktycznie nie spotyka się kasetonów reklamowych, które nie byłyby szyldem.</p> <p>Aby uczynić intencję, zdecydowano się na dodanie zapisu wyjaśniającego wprost, że dany nośnik można stosować jako szyld lub nie szyld tylko jeśli ma postanowienia to określające.</p>		<p>W pozostałej części rozdziału nie ma spójności dotyczącej wszystkich urządzeń reklamowych np. zasady sytuowania pylonów – jest „będących szyldami”, a nie ma zasad dla „nie będących szyldami”; czy reklamy pneumatycznej - jest dla stojaków „będących nie szyldami, nie ma dla „będących szyldami” itd....</p>
		4.	Stwierdzenie braku spójności dla postanowień dotyczących ogrodzeń elementów krajobrazu kulturowego.		X	<p>Nie ma takiej sprzeczności czy braku precyzji. W ramach akcentowania rytmu przęseł na ogrodzeniach towarzyszących obiektom zabytkowym nie można stosować siatki reklamowej.</p> <p>Dla zapewnienia czytelności zapisy zostaną zredagowane i umieszczone w jednym paragrafie</p>		<p>Rozdział IV par. 26.3.- Nieprecyzyjny zapis - co on oznacza ? Czy nie można grodzić nieruchomości siatką i elementami metalowymi, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego? Jak to się ma do par. 29. - czy ogrodzenie jedynie murowane z przęsłami?</p>

	5.	Wniosek o wykreślenie zapisu dotyczącego dopuszczalnego procenta przezierności.			X	<p>Założeniem głównym projektowanego zapisu jest zintegrowanie krajobrazowe przestrzeni prywatnej i publicznej.</p> <p>Warto nadmienić, że żywopłot nie stanowi ogrodzenia w myśl polskiego prawa, w związku z tym dopuszczalne jest jego realizacja w sposób zapewniający wyższy poziom prywatności niż planowana przezierność.</p> <p>Równocześnie proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń.</p> <p>Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%.</p> <p>W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów.</p>		Rozdział IV par.26 2a i b– nie zgadzam się z wprowadzonym zapisem dotyczącym min. 40% prześwitów ogrodzenia. Nie powinno być ono wprowadzone. Uważam, że ogrodzenie zbudowane ze sztachet np. 9 cm z prześwitem między nimi np.0.5 cm, jest estetyczne, a nie zachowuje wymaganego 40% prześwitu. Każdy ma inną potrzebę odizolowania się od ulicy. Wnoszę o wykreślenie ograniczania prześwitu ogrodzenia. Zgadzam się natomiast z wprowadzeniem zakazu stosowania pewnych w materiałów, z których nie może być ono wykonane (ujęte zostały w 2b).
	6.	Wprowadzenie ograniczeń wysokości ogrodzenia w zależności od intensywności ruchu wraz z usunięciem obowiązku dostosowania do ogrodzenia istniejącego.			X	<p>Proponowane wysokości są zbyt wysokie dla pozostałych terenów i nie zapewniają integracji krajobrazowej przestrzeni w gminie Michałowice.</p> <p>Postanowienie dotyczące dostosowania do wysokości ogrodzenia sąsiedniego zostanie usunięte.</p>		Uchwała powinna dopuszczać możliwość różnych wysokości ogrodzeń w zależności od lokalizacji nieruchomości – np. przy drogach o intensywnym ruchu – do 2,5 m, zaś na pozostałych terenach np. do 2 m. Natomiast zapis o dostosowaniu wysokości ogrodzenia do sąsiadującego powinien zostać skreślony.
	7.	Wyrażenie wątpliwości o możliwości zastosowania wylewanych elementów żelbetowych jako formy murowanej ogrodzenia.			X	<p>Uwaga nie zawiera określonego kierunku wprowadzenia zmiany.</p> <p>Ogrodzenie żelbetowe – zarówno w formie prefabrykowanej jak i wylewanej na miejscu nie jest techniką murarską, nie można więc w tym przypadku mówić o ogrodzeniu murowanym.</p>		Rozdział IV par. 29 - jest zapis o formie murowanej ogrodzenia. Czy on też dotyczy elementów wylewanych żelbetowych?
	8.	Uwzględnienie okresu dostosowania dla reklam sytuowanych w związku ze zgłoszeniem prowadzenia robót budowlanych.			X	<p>Dla tablic i urządzeń reklamowych tego typu obowiązuje okres dostosowania 24 miesiące.</p>		Rozdział VI. Par.35. 2. Określa się jedynie termin dostosowania tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych na podstawie pozwolenia na budowę, natomiast brak jest takich, które są umieszczane na podstawie zgłoszenia robót budowlanych. Takie również powinny zostać uwzględnione.

		9.	Propozycja wprowadzenia postanowień w postaci tabeli.			<p><b>X</b></p> <p>Zmiana struktury całego dokumentu na tym etapie opracowania nie znajduje uzasadnienia.</p> <p>Wiązałoby się to z pełnym przekształceniem wszystkich postanowień, zaś efekt jest obciążony dużym ryzykiem uchylecia przez wojewodę ze względu na naruszenie techniki, która odnosi się do możliwości umieszczania tabel w § 29. Ust. „1. Ustawa może zawierać załączniki; odesłania do załączników zamieszcza się w przepisach merytorycznych ustawy. 2. W załącznikach do ustawy zamieszcza się w szczególności wykazy, wykresy, wzory, tabele i opisy o charakterze specjalistycznym.”</p> <p>Nie ma wprost wskazanego zakazu stosowania tabel w innych przypadkach, jednak w § 124 Stwierdza się: „1. Podstawową jednostką redakcyjną rozporządzenia jest paragraf (§).</p> <p>2. Paragrafy można dzielić na ustępy, ustępy na punkty, punkty na litery, litery na tiret, a tiret na podwójne tiret.” Czyli nie tabela.</p> <p>Jedna z istniejących uchwał krajobrazowych posiada mimo tego rozwiązanie w postaci tabeli, jednak dotyczy ona miasta w innym województwie i nie istnieje prawomocny wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego, który by jednoznacznie stwierdzał, że jest to rozwiązanie prawidłowe i nie pozostawiające wątpliwości prawnych.</p>		Opis warunków usytuowania, gabaryty i forma reklam w uchwale jest nieczytelny – proponuję określenie tych parametrów w formie tabeli.
--	--	----	---	--	--	--	--	---

		10.	§9 9 wniosek o dopuszczenie sytuowania banerów jako szyldów zintegrowanych z elewacją w przypadku odpowiedniego zaprojektowania.		X	<p>Takie rozwiązanie jest kontrowersyjne z punktu widzenia architektury i krajobrazu.</p> <p>Zdecydowano się zatem na częściowe uwzględnienie: w zakresie dopuszczenia sytuowania dwóch banerów na elewacjach symetrycznie względem osi głównego wejścia na budynkach z zachowaniem odległości 10m od szyldów innych działalności prowadzonych na nieruchomości oraz wyłącznie w krajobrazie prężności gospodarczej.</p>		<p>2. Drugim zarzutem Pana [...] jest nieodpowiednie użycie banerów z siatki na budynku. Przepraszam, ale kompletnie nie rozumiem tego zarzutu i się z nim nie zgadzam. Budynek od początku został zaprojektowany tak, aby po środku była ładna duża szyba, a po jej bokach banery informujące, iż w tym konkretnym budynku prowadzona jest działalność gospodarcza polegająca na sprzedaży mebli. Tak jak widać na poniższej fotografii, działka oraz elewacja budynku jest wykonana w sposób schludny i zorganizowany. Siatki nawiązują swoim kolorem do szyby po środku, a nawet to tablicy z adresem budynku. Od początku zamysł był taki, że siatki mają nadać budynkowi elegancji, a dzięki nim po tylu latach front budynku nadal wygląda „świeżo”, gdyż siatki wymieniamy jak tylko zaczynają delikatnie szarzeć. Tynku elewacyjnego nie da się odświeżyć, wiem bo próbowałem. Usunięcie siatek z elewacji spowoduje przede wszystkim to, że stracę mnóstwo klientów, bo skąd ci biedni ludzie będą wiedzieć, że w tym budynku sprzedają meble? Nie wyobrażam sobie usunięcia siatek również dlatego, iż elewacja budynku od początku została w ten sposób zaprojektowana i efekt końcowy demontażu siatek będzie taki, że zostaną z obrzydliwie brzydką szarą ścianą pełną dziur po konstrukcji na której aktualnie montowane są siatki. Elewacji nie wymienię na nową, gdyż są to gigantyczne koszty na które mnie po prostu nie stać. W tym konkretnym przypadku chyba lepiej zostawić schludnie wyglądające siatki niż oszpecić budynek, który stanie się złą wizytówką gminy i będzie odstraszał potencjalnych klientów. Oczywiście tylko tych, którzy jakimś cudem dowiedzą się, że w tym budynku sprzedają meble, bo przecież szyldu żadnego nie będzie. W tym miejscu chciałbym również wspomnieć o budynku zlokalizowanym przy ulicy Aleje Jerozolimskie 262c, który Pan Bartosz porównał do mojej nieruchomości w swoim opracowaniu. Ja doskonale znam ten budynek, a jest to po prostu metalowa hala z dobudówką w kształcie szklanej szyby. Budynek ten nie został zaprojektowany tak żeby wisiły na nim banery i przez pierwsze długie lata jego istnienia tych reklam tam nie było. Banery na tym budynku pojawiły się kilka lat temu i zostały zamontowane na prowizorycznych pasach, a nie na konstrukcji zamontowanej na stałe do elewacji budynku. Jest zatem znaczna różnica.</p>
3.	N.N.	11.	§26 pkt 2 lit. b wniosek o wykreślenie zakazu stosowania prefabrykatów żelbetowych, celem umożliwienia stosowania ogrodzeń modułowych z bloczków.		X	<p>Wykreślenie zapisu byłoby zbyt radykalną zmianą, jednak poprzednia forma wymagała doprecyzowania.</p> <p>Po korekcie zakaz dotyczy jedynie: prefabrykatów żelazo-betonowych w systemie płytowo-słupowym, z wyłączeniem cokołu,”</p>		<p>1. Proponuję wykreślenie §26 p. 2b - prefabrykatów betonowych. Zapis ten uniemożliwia zbudowanie popularnych i bardzo estetycznych ogrodzeń modułowych z bloczków betonowych typu JONIEC. Można także tego typu ogrodzenia dopuścić wprost w treści Uchwały.</p>

		12.	§35 pkt 5 postulat zwolnienia z dostosowania ogrodzeń będących elementem inwestycji, posiadającej pozwolenie na budowę, lub w trakcie budowy.			X	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje możliwości takiego wyróżnienia. Dotyczy tylko „istniejących w dniu wejścia w życie uchwały” ogrodzeń.		2. Proponuję dodać w rozdziale 6, §35 p.3 dodatkową kategorię: budowy posiadające już prawomocne pozwolenie na budowę lub rozpoczętą budowę. Ogrodzenie jest elementem całościowego projektu/koncepcji i jako takie nie powinno być zmieniane decyzją administracyjną wchodzącą w życie po rozpoczęciu prac. Czy w przypadku nieuwzględnienia tej uwagi Urząd Gminy zobowiązuje się do zwrócenia kosztów projektu i/lub zaliczek związanych z umową na wykonanie ogrodzenia.
		13.	Wniosek o przeprowadzenie dodatkowych konsultacji dla dokładniejszego omówienia postanowień dla ogrodzeń i obiektów małej architektury.			X	W ramach prowadzonych, pozaustawowych pre-konsultacji a także podczas prowadzenia czynności wstępnych podkreślano, że największy nacisk uchwały krajobrazowej jest kładziony na reklamy, zaś pozostałe elementy, leżące w jej zakresie merytorycznym nie stanowią j części kluczowej. Wynika to z samej konstrukcji ustawy krajobrazowej. Warto też zwrócić uwagę, że przewidziany w ustawie okres wyłożenia do publicznego wyglądu i zbierania uwag wynosi w sumie 5 tygodni, zaś gmina Michałowice zdecydowała się na wydłużenie tego terminu – łącznie do ponad 7 tygodni.		3. W trakcie prac nad uchwałą krajobrazową podkreślano, że dotyczy ona kwestii reklam nie informując, że obejmuje również swoim zakresem zasady budowania ogrodzeń posesji co mogło być mylące dla wielu zainteresowanych i ograniczać ilość składanych uwag. Temat ogrodzeń nie pojawił się również w prezentacji projektu ze stycznia 2021 umieszczonej na stronie internetowej Gminy. Wnioskuje o przeprowadzenie dodatkowych konsultacji z wyraźnym podkreśleniem że dotyczą zasad budowy ogrodzeń i małej architektury.
4.	<b>RESPOL Export - Import Sp. z o.o. pismo I</b>	14.	Wniosek o zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów na budynku.			X	Zdecydowano się na zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów na budynku do pięciu.		W związku z planowaną inwestycją polegającą na budowie restauracji <i>[na potrzeby tego wniosku przedstawione zostały potrzeby reklamowe firmy ...]</i> na frontowej części dz.nr ... Gmina Michałowice wnoszę o zmianę zapisów w Projekcie Uchwały: §8 pkt 2 — „Określa się maksymalną łączną liczbę szyldów dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości, oraz tablic reklamowych, urządzeń automatycznych i tabliczek kierunkowych nie będących szyldem dla danej nieruchomości do:” 1. Ilość szyldów — 8 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu, z zastrzeżeniem pkt 2;
		15.	Wniosek o określenie dopuszczalnej liczby tablic reklamowych, urządzeń automatycznych i tabliczek kierunkowych.			X	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie wskazuje wprost możliwości regulowania liczby tablic reklamowych ani urządzeń reklamowych, nie będących szyldem. Projekt uchwały również nie przewiduje – i nie może przewidywać - takiej regulacji. Jest to usankcjonowane w wyroku NSA o sygnaturze II OSK 1005/21 z 21 września 2021.		1a. Ilości pozostałych reklam — 6 tablic reklamowych, 2 urządzenia automatyczne, 4 tabliczki kierunkowe

	16.	Wniosek o zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów powyżej pasa szyldowego.		X		Zwiększono dopuszczalną liczbę szyldów powyżej pasa szyldowego na elewacji – maksymalnie dwa.		§12 pkt 1c - „powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie 8”
	17.	Wniosek o ujednocznienie określenia sytuowanie „prostopadle do elewacji”.		X		Poprawiono zapis na: „obowiązuje sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej prostopadle do elewacji”.		§2 pkt 2c - „powyżej pasa szyldowego na elewacji obowiązuje sytuowanie prostopadłe do elewacji” — zapis niezrozumiały
<b>RESPOL Export - Import Sp. z o.o. pismo II</b>	18.	Wniosek o uwzględnienie innego wniosku.		X		Niniejsza uwaga zostaje uwzględniona w zakresie rozpatrzenia oddzielnego pisma właściciela stacji benzynowej. Niniejsza uwaga zostaje nieuwzględniona w zakresie treści merytorycznej pisma odrębnego – rozstrzygnięcie jest tożsame z rozstrzygnięciem uwag z pisma odrębnego. Wymienione pismo zawierało szereg wątpliwości, które zostały rozwiane w uzasadnieniu, jednak nie zawierały konkretnych propozycji, dotyczących zwiększenia dopuszczalnej „ilości reklam”		Wnoszę o zmianę zapisów w Projekcie Uchwały <i>dotyczącej</i> ilości reklam dla: dz.nr [...] — działka dzierżawiona przez stację Paliw Shell - wniosek składany oddzielnym pismem przez właściciela stacji
	19.	Wniosek o zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów na budynku.		X		Nie przewiduje się możliwości sytuowania aż 28 szyldów na budynku – jednak przedmiotowe rozwiązanie jest estetyczne, dlatego zaproponowano inne rozwiązanie. Zmiana definicji sytuowania zbiorczego i określenie sposobu liczenia szyldów w takim przypadku, sumarycznie, sprawiają, że istniejące szyldy mogą zostać zachowane w przedmiotowym przypadku.		dz.nr 476/1 - Siedziba Respol ilość szyldów: 28 na budynku (załącznik zdjęcie nr1), 1 szyld wolnostojący przy wjeździe, 2 na ogrodzeniu (załącznik zdjęcie nr 2) dz.nr 475/2 działka do podziału
	20.	Wniosek o uwzględnienie innego wniosku.		X		Niniejsza uwaga zostaje uwzględniona w zakresie rozpatrzenia oddzielnego pisma właściciela stacji benzynowej. Niniejsza uwaga zostaje nieuwzględniona w zakresie nieuwzględnionym w uwadze złożonej oddzielnym pismem		Działka w pierwszej linii od Al. Jerozolimskich - planowana inwestycja polegająca na budowie restauracji McDonald's - wniosek złożony oddzielnym pismem dz.nr 475/2 działka do podziału
	21.	Wniosek o zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów na budynku i na ogrodzeniu.		X		Zmieniono limit szyldów w krajobrazie prężności gospodarczej do 5 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu		Działka w drugiej linii od Al. Jerozolimskich - planowana inwestycja polegająca na budowie nowego obiektu Ilość szyldów - 20 na budynku, 3 wolnostojących i 3 na ogrodzeniu

5.	Netto Sp. z o. o.	22.	Wniosek o dopuszczenie większych o 70% pylonów reklamowych.			X	Argumentacja nie jest przekonująca. Przewidziany czas na dostosowanie powinien być adekwatny do amortyzacji nośnika.		Oznakowanie stosowane przez firmę utrzymane jest w jednej stylistyce i jedynie dwóch barwach. Kolory użyte na nośnikach reklamowych zachowane są w najwyższej estetyce przy użyciu najwyższej jakości komponentów. Sklep na elewacji oznakowany jest jedynie literami przestrzennymi (szt. 1) Wielkość pylonu reklamowego i ograniczenie powierzchni do 6 mkw – pylon przede wszystkim pełni rolę oznakującą wjazd na teren parkingu. Aby zawarte na nim informacje były czytelne, a także dobrze widoczne dla osoby zmotoryzowanej wielkość powinna zostać zachowana. Reklama firmy Netto ( ok. 6 m wysokości x ok. 1,7 m szerokości) została wymieniona w 2020 roku na reklamę, w której kolory są bardziej stonowane z zachowaniem przejrzystości przekazu. Pragnę nadmienić, że znaki reklamowe podświetlane są światłem o stałej barwie i stałym natężeniu.
		23.	Wniosek o dopuszczenie billboardów powyżej 8 m <sup>2</sup> zamiast obecnego ograniczenia do powierzchni maksymalnie 6 m <sup>2</sup> .			X	Nie zostało przedstawione przekonujące uzasadnienie dla tak drastycznej zmiany dopuszczalnych gabarytów billboardu.		Proponuję billboardy nie mniejsze niż 8 mkw. Reklama o powierzchni minimum 8 mkw będzie czytelna i przejrzysta dla odbiorcy. Wielkość do 6 mkw może przyczynić się do wzmożonej ilości wypadków samochodowych.
		24.	Dopuszczenie tzw. „folii mrożonej, zasłaniającej całe okna”.			X	Okna i witryny są niezwykle istotnym elementem każdego budynku. Nie tylko zapewniają ich użytkownikom światło zewnętrzne i możliwość przewietrzania ale są kluczowym elementem kompozycji elewacji i jako takie nie powinny być przesłaniane. Co więcej – stanowią element, który umożliwia dialog między przestrzenią publiczną i prywatną. Elementem tego dialogu nie powinny być ani tyły urządzeń (sytuowane tak w wyniku niedopasowań między funkcją obiektu i jego układem przestrzennym) ani krzykliwe reklamy. Wyjątkiem są okna lokali użytkowych dla których robi się odstępstwo i dopuszcza subtelne szyldy. Folia imitująca szkło mrożone – o ile nie ma w jej ramach umieszczonej treści, spełniającej definicję reklamy – nie jest przedmiotem regulacji projektowanej uchwały.		Używanie folii pełnej w przypadku wyklejania okien pozwoli na przysłonięcie elementów technicznych mebli i ich pleców (regałów bądź mebli chłodniczych) i będzie zdecydowanie bardziej estetyczne aniżeli ich odsłonięcie.
6.	A. i G. K.	25.	Wniosek o zmianę standardu sytuowania, dopuszczający sytuowanie płyty obciążeniowej na gruncie z możliwością kotwienia do niej.			X	Jest to dokładnie element, który projektowana uchwała ma za zadanie zakazać w niektórych przypadkach – dla uzyskania wysokiego standardu tablic lub urządzeń reklamowych.		Str. 7 Posadowienie : zapisać możliwość kotwienia /zakotwienia stopy fundamentowej Tablicy Reklamowej na gruncie ( bez konieczności umieszczania całkowicie pod powierzchnią gruntu ).

	26.	Zwiększenie liczby dopuszczalnych szyldów.		X		Wprowadzono zwiększoną liczbę dopuszczalnych szyldów w krajobrazie prężności gospodarczej do 5 na budynku.		Str. 12 3-5 na budynku ,3-5 wolnostojących , 3-5 na ogrodzeniu .
	27.	Dopuszczenie większej liczby billboardów będących szyldem w zależności od wielkości nieruchomości – propozycja nowych przedziałów. Brak dopuszczenia na działkach powyżej 4000 m <sup>2</sup> .		X		Wniosek zasadniczo zmienia planowane regulacje, nie może być uwzględniony ze względu na proponowany zakaz sytuowania na nieruchomościach większych niż 4000 m <sup>2</sup> , co kłóci się z logiką uzyskiwania przedpola dla nośników reklamy. Jednak część argumentów jest właściwa – zdecydowano się na dopuszczenie 1 billboardu na budynku na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m <sup>2</sup> .		Str. 13 § 10 pkt 2 Taki zapis wręcz uniemożliwia reklamowanie i dyskryminuje działalności gospodarcze prowadzone na mniejszych działkach . Może być ustalona tylko górna granica powierzchni działki na nośnik reklamowy . Projektowany zapis ma znamiona abuzywne .Uważam ,że nie jeden, a : dwa szyldy -do 1000m2 , cztery -do2000m2, sześć - do 3000m2, osiem - do 4000m2. Jest to bardzo ważne ,w kontekście stale rosnących obciążeń fiskalnych- finansowych i błyskawicznie malejących rentowności dochodowych firm .
	28.	Wniosek o traktowanie podawanych maksymalnych liczb szyldów jako limitu dla każdej z działalności – nie traktowanie tej liczby łącznie		X		Uwaga jest bezzasadna – wszystkie podawane w uchwale liczby szyldów dotyczą każdej pojedynczej nieruchomości prowadzonej na nieruchomości. Jest to podkreślone, np. w § 12: „liczba szyldów (...) dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości”. Jeśli dany szyld jest dopuszczony w liczbie 1 – to jeśli działalności jest 5 to dopuszczonych jest 5 takich szyldów, a jeśli 100 to również 100. Oczywiście dodatkowe zasady sytuowania chronią przed zjawiskiem odwrotnym – nadmiarem szyldów.		Str. 14 § 12 Należy uwzględnić możliwość reklamowania się wszystkich działalności. Ograniczenie do 1 szt. to uniemożliwia , w przypadku kilku podmiotów gospodarczych w danej nieruchomości. Należy pozostawić decyzję Podmiotom , które najbardziej są zainteresowane : czytelnością i efektywnością wszystkich nośników.
	29.	Wniosek o dopuszczenia flag na nieruchomościach mniejszych niż 4000 m <sup>2</sup>		X		Złagodzone zapis, umożliwiający umieszczanie flag również na nieruchomościach mniejszych niż 4000 m <sup>2</sup> ale większych niż 3000 m <sup>2</sup> .		Str. 14 Pkt2 , 1) liczba szyldów dla każdej działalności 3-5 , jeżeli już ,to do 4000m2. Zapis w pkt C (o powierzchni powyżej 4000m2) uniemożliwia umieszczanie Podmiotom dysponującym nieruchomościami MNIEJSZYMI .
	30.	Powiązanie dopuszczalnej liczby kasetonów w zależności od ich czytelności w związku z powierzchnią na której są sytuowane.		X		Intencja uwagi nie jest możliwa do wprowadzenia ze względu na niejednoznaczność określenia "czytelne".		Str. 15 §14 Warunki umieszczania Nośników należy powiązać i dostosować do powierzchni , na której są umieszczane . Jeżeli będą czytelne ,to nie należy ograniczać do 1 szt.
	31.	Wniosek o dopuszczenie totემów na niewielkich nieruchomościach poniżej 2000 m <sup>2</sup>		X		Totemy są nośnikiem zwyczajowo stosowanym na dużych nieruchomościach, sytuowanych przy ruchliwych ulicach, gdzie istnieje konieczność wcześniejszego poinformowania kierowców o radnej działalności. Małe nieruchomości nie posiadają właściwego pola ekspozycji dla tego rodzaju nośnika.		Str. 19 § 24 pkt2 Bez ograniczeń powierzchni (powyżej 2000m2) Działalności na mniejszych powierzchniach, od poniżej 1000m2 do ...



		32.	Wniosek o wydłużenie konsultacji o dwa miesiące			X	Zmiana terminu zbierania uwag musiałaby zostać zrealizowana przez odpowiednie obwieszczenie, to nie jest możliwe do przygotowania w ostatnim dniu trwania konsultacji. Jednak znaczące zmiany, jakim ulegnie projekt uchwały krajobrazowej będą implikowały kolejny cykl uzgodnień, opiniowania oraz ponowne wyłożenie do publicznego wglądu.		str. 22 § 35 Zdecydowanie ,z uwagi na obecną sytuację (Covid -wzrost zachorowań, zdalną pracę -przedłużyć termin na konsultację o 60 dni .
		33.	Wniosek o wydłużenie vacatio legis z 14 do 90 dni.			X	Częściowe wydłużenie vacatio legis jest zasadne. Zmienia się termin wejścia w życie na 30 dni.		Wydłużyć okres wprowadzania - wejścia w życie przepisów z 14 dni do , co najmniej 90 dni .
		34.	Wniosek o wydłużenie terminu dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały reklam na 3 lub 4 lata.			X	Termin dostosowania został już zróżnicowany w oparciu o istniejące pozwolenia na budowę, dla których okres został wydłużony z 1 roku do 5 lat, zaś podstawowy okres dostosowania wynosi 2 lata, a nie jak wskazano w ustawie – minimalnie 1 rok.		Termin przystosowania nowych przepisów z 2 lat zmienić na 3-4 lata, od momentu wejścia w życie. Jest to bardzo potrzebne , szczególnie teraz z uwagi na doświadczenia i konsekwencje Covidu, zmiany podatkowe, duży i wciąż galopujący wzrost kosztów prowadzenia działalności gospodarczej, inflację, itd. Konieczność dostosowywania do nowych przepisów -duże koszty i brak możliwości wykorzystania dotychczasowych nośników wyeliminuje jeszcze więcej Podmiotów gospodarczych działających na obecnie bardzo trudnym, obciążonym nadmiernym fiskalizmem i inflacją rynkiem.
7.	Sz. Z. oraz lista 12 podpisów	35.	Wniosek o wprowadzenie wyjątku od ogrodzeń ażurowych na nieruchomościach przy WKD i drogach wojewódzkich oraz powiatowych.			X	Projektowane zasady nie odbiegają znacząco od obowiązujących zapisów w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń zamiaru prowadzenia robót budowlanych. Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%. W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów		Jako właściciele działki budowlanej w Komorowie, znajdującej się w bardzo ruchliwym miejscu (róg Brzozowej i Komorowskiej), na której zamierzamy wybudować dom jednorodzinny, chcielibyśmy przedstawić swoje uwagi do projektu uchwały krajobrazowej. Projektowana uchwała krajobrazowa nakłada na nowo budowane ogrodzenia ograniczenie, wskazując, że powinny zachować prześwit na poziomie przynajmniej 40% oraz wysokość ograniczoną do 1,8m. W przypadku ogrodzeń od strony ruchliwych szlaków komunikacyjnych, tego typu ogrodzenie nie będzie w żadnym stopniu ograniczało wpływu hałasu, ani zanieczyszczeń na mieszkańców. Stąd zwracamy się więc z propozycją, 'żeby dopuścić stosowanie ogrodzeń pełnych wzdłuż dróg wojewódzkich oraz powiatowych, a także wzdłuż torów kolei WKD. Ogrodzenia pełne mogą być estetyczne, szczególnie jeśli ich konstrukcja będzie zróżnicowana, a samo ogrodzenie zadbane. Tego typu rozwiązanie pozwoli na pogodzenie interesu społecznego i uporządkowania przestrzeni publicznej z prawem mieszkańców domów zlokalizowanych przy ruchliwych arteriach naszych miejscowości do względnej ciszy i spokoju.

							<p>Na ten temat rozmawialiśmy z kilkunastoma sąsiadami. Każdy z nich zgodził się z naszą propozycją, podpisując się na liście poparcia (kopia dołączona do niniejszego pisma). Co ważne, każdy nasz rozmówca, był zaskoczony tego typu zapisem. Nikt nie miał świadomości, że uchwała, która w przestrzeni publicznej była dyskutowana głównie w zakresie reklam, dotyka także w tak dalekim zakresie formy ogrodzeń. Często było zadawane również pytanie, jaki jest cel takiego zapisu.</p> <p>Projektowana uchwała w wyżej omówionym zakresie realnie ogranicza prawo do dysponowania własną nieruchomością, prawo do prywatności, spokoju i czystego powietrza, w imię dyskusyjnego poczucia estetyki. To nie prześwit ogrodzenia najbardziej wpływa na jego estetykę, a jego stan techniczny— a tego aspektu, który realnie wpłynąłby na wygląd całej gminy, uchwała w żadnym stopniu nie dotyka.</p> <p>Wymóg prześwitu można tłumaczyć też ewentualnie kwestią środowiskową i umożliwienia drobnym zwierzętom (jak jeże lub wiewiórki) migracji. Po pierwsze, żadne z tych zwierząt nie potrzebuje 40% prześwitu, a paru centymetrów przy gruncie. Po drugie, dla wspomnianych zwierząt może być wręcz lepiej, gdyby nie mogły wybiegać z ogrodu wprost na ruchliwą ulicę. Po trzecie, jedynie jeże nie radzą sobie ze wspinaczką.</p> <p>W związku z powyższym, zwracamy się do Państwa z gorącą prośbą o zadbanie także o nasze realne potrzeby i uwzględnienie naszej propozycji wprowadzenie zmian do projektu Uchwały Krajobrazowej dopuszczającej ogrodzenia pełne od strony dróg wojewódzkich, powiatowych oraz torów WKD w obrębie naszej gminy.</p>
	36.	Wniosek o wprowadzenie wyjątku od ogrodzeń ażurowych na nieruchomościach przy WKD i drogach wojewódzkich oraz powiatowych.		X	<p>Projektowane zasady nie odbiegają znacząco od obowiązujących zapisów w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.</p> <p>Proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń zamiaru prowadzenia robót budowlanych.</p> <p>Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%.</p> <p>W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów</p>	<p>My, niżej podpisani, zwracamy się do Urzędu Gminy Michałowice z następującymi uwagami i propozycją zmiany procedowanej Uchwały Krajobrazowej.</p> <p>Uchwała ma m.in. wykluczyć możliwość wznoszenia ogrodzeń pełnych od strony dróg publicznych, narzucając przy tym minimalny prześwit 40%. Tego typu ogrodzenia nie będą stanowiły żadnej ochrony przed hałasem i zanieczyszczeniami dla mieszkańców terenów przylegających do korytarzy tranzytowych przechodzących przez teren naszej gminy. Problem dotyczy w największym stopniu dróg wojewódzkich, powiatowych oraz kolei WKD.</p> <p>W związku z powyższym, proponujemy wprowadzenie zmiany w projekcie Uchwały Krajobrazowej, polegającej na dopuszczeniu wznoszenia ogrodzeń pełnych na działkach przeznaczonych pod zabudowę mieszkaniową od strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dróg wojewódzkich,</li> <li>• dróg powiatowych,</li> <li>• torów WKD.</li> </ul> <p>Tego typu ogrodzenia mogą być również estetyczne, a swoją dodatkową funkcją ograniczą negatywny wpływ środowiskowy ruchu tranzytowego na mieszkańców.</p>	

8.	M. Sz.	37.	Wniosek o doprecyzowanie granic WOCK.			X	Nie ma możliwości powielania zapisów przepisów nadrzędnych.		1. Brak precyzyjnego określenia granic Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu - elementem projektu uchwały powinny być mapki w odpowiedniej rozdzielczości umożliwiającej precyzyjne określenie zwłaszcza granic. Uzasadnienie: granice są szczególnie krytyczne w związku z presją urbanizacyjną i powinny być precyzyjnie określone w takim dokumencie.
		38.	Wniosek o doprecyzowanie granic WOCK.			X	Nie ma prawnej możliwości zmieniania (w tym doprecyzowania) żadnego aktu prawa wyższego rzędu, jakim jest rozporządzenie czy też ustawa. Jeśli Minister uznał dokument za wystarczająco precyzyjny – możemy się jedynie do niego odnosić.		2. Brak precyzyjnego określenia zasad ochrony krajobrazu obowiązujących w ramach Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu na terenie naszej gminy. Uzasadnienie: Rozporządzeniem nr 3 Wojewody Mazowieckiego z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (Dz. U. z 2007, poz. 870 z późn. zm.) jest ogólne i na poziomie gminy powinno zostać doprecyzowane.
		39.	Wniosek o wpisanie kar za naruszenie postanowień uchwały krajobrazowej.			X	Kary oraz tok postępowania za brak dostosowania do postanowień uchwały są opisane w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Uchwała nie może powielać przepisów nadrzędnych.		3. Brak zaadresowania problemu presji urbanizacyjnej obserwowanej w stosunku do Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu. Należy ustanowić przejrzyste i jasne zasady ingerencji w ww. obszar oraz stosowne kary za ich naruszenie. Uzasadnienie: Bez tego uchwała będzie tylko „atrapą” i nie rozwiąże stawianych przed nią zadań.
		40.	Stwierdzenie braku definicji WOCK.			X	Warszawski Obszar Chronionego krajobrazu jest zdefiniowany i wyznaczony w przepisach wyższego rzędu. Ponadto §5 pkt 40 przywołuje odpowiednie przepisy odrębne.		4. Brak definicji Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu. Uzasadnienie: zdefiniowane wiele innych, znacznie mniej istotnych elementów. Warszawski Obszar Chronionego Krajobrazu ma bardzo duże znaczenie chociażby w kontekście ochrony torfowisk przyczyniających się do bioróżnorodności i wychwyty emisji CO2.
9.	G.S.	41.	Wniosek o rezygnację z ażurowości na poziomie 40% - w miejsce tego zapewnienie widoczności na narożnikach ogrodzeń.			X	Projektowane zasady nie odbiegają znacząco od obowiązujących zapisów w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń zamiaru prowadzenia robót budowlanych. Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%.		1) prawo nakazujące nowym mieszkańcom budowania ogrodzeń otwartych w 40% jest w mojej opinii dla nich krzywdzące. W dzisiejszych czasach, gdy każdy potrzebuje mieć swoją oazę ciszy, gdzie dziwni ludzie są zgłaszani na forach internetowych, że spotykają ludzi którzy chodzą i robią zdjęcia posesji, gdzie nie ma tygodnia żebym nie usłyszał o kradzieży samochodu spod domu, takie prawo jest słabe, zwłaszcza, że na dzień dzisiejszy ponad 90% ogrodzeń w naszej gminie ma konstrukcje zamkniętą lub pozostawiającą bardzo niewielkie przerwy.  A propos tego punktu wprowadziłbym tylko w jakiś sposób uwagę a propos narożnych ogrodzeń- zdarzają się takie które uniemożliwiają kierowcom samochodów spojrzenie w drogę krzyżującą się z tą którą jadą, właśnie przez ogrodzenie z zerowym prześwitem. W mojej opinii z tym trzeba walczyć w jakiś sposób, nie zawsze da się postawieniem lustra.

						Taka wartość jest wystarczająca dla zachowania odpowiedniej widoczności. W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów.		
		42.	Wniosek o wprowadzenie możliwości oceny reklamy przez odpowiedniego urzędnika/urzędniczkę.			X	Byłoby to z pewnością rozsądne rozwiązanie – analogicznie jak działają służby konserwatorskie, jednak ustawa nie daje takiej możliwości.	2) cały rozdział 3 jest nie zawity, niezrozumiały i śmieszny dla kogoś kto nie siedzi w branży reklamowej, chyba, że Gmina zakłada, że każdy w tej branży pracuje:) historie o pylonie który jest lub nie jest szylde... albo chciałby nim być ale nie może. Może trzeba wprowadzić teraz jakiś paragraf, że każdy kto chce ładować reklamę u siebie, najpierw zgłasza to pisemnie do gminy i dopóki nie dostanie zgody na piśmie, nie śmieci reklamami? Ktoś kompetentny z gminy przyjeżdża po zgłoszeniu do zainteresowanego, i wydaje decyzje taką lub inną po wizji lokalnej?
		43.	Pytanie o to czym jest WOCK.			X	WOCK zgodnie z definicją obejmuje Warszawski Obszar Chronionego Krajobrazu, obejmując zarówno tereny o wartościach przyrodniczych jak i kulturowych (zabytkowych). W związku z jego występowaniem wprowadza się ściślejsze ograniczenia niż w pozostałych krajobrazach gminy Michałowice. Rozporządzenie nr 3 Wojewody Mazowieckiego z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (Dz. U. z 2007, poz. 870 z późn. zm.);	3) czy WOCK to kościoły? Zabytki? Jeśli tak to można je zaklejać reklamami??
10.	E. K.	44.	Wniosek o nałożenie obowiązku dbania o własny teren.			X	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje takiej możliwości. Kwestie te regulują odrębne przepisy.	Dotyczy projektu uchwały krajobrazowej na terenie naszej gminy, szczególnie terenów wolno przestrzennych gdzie niektórzy właściciele zapuścili swoje grunty tworząc tym samym bardzo brzydki obraz krajobrazowo-środowiskowy. Wnioskuje o punkt w uchwale obligujący właściciela terenu do estetycznego jego utrzymania i zadbania by nie były porośnięte chaszczami, chorym drzewostanem, wysypiskami ziemi itp.
11.	M. K.-P.	45.	Wniosek o zmianę definicji tablicy kierunkowej.			X	Uchwała krajobrazowa nie może regulować tablic nie będących tablicami reklamowymi, w związku z tym zakres definicji musi być ograniczony wyłącznie do reklam.	5/ Definicja tabliczki kierunkowej – należy przez to rozumieć niewielkie tablice reklamowe wskazujące kierunek dotarcia do działalności – tak brzmi ta definicja. Myślę, że lepiej pasowałby zapis, że są to niewielkie tablice reklamowe wskazujące kierunek dotarcia do celu wskazanego na tej tablicy. Nie zawsze przecież tabliczka musi oznaczać działalność.

	46.	Wniosek o ograniczenie czasu ekspozycji reklamy okolicznościowej do 14 dni przed wydarzeniem.		X	Jest to zbyt daleko idące ograniczenie, jednak rozsądne jest powiązanie dopuszczalnego czasu ekspozycji z datą wydarzenia. W związku ze zmianą została poprawiona cała definicja, uzyskując brzmienie: „ <b>reklamie okolicznościowej</b> – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczone tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni w okresie bezpośrednio poprzedzającym, w trakcie trwania i bezpośrednio po wydarzeniu o charakterze społecznym, kulturalnym lub sportowym, które to wydarzenie w posiada określoną datę rozpoczęcia i zakończenia, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą;”		8/ W § 5 pkt 24) sugeruję zastąpić sformułowanie dotyczące umieszczenia okresowego reklamy okolicznościowej ze sformułowania „na okres maksymalnie 30 dni/60 dni”, na sformułowanie „umieszczane tymczasowo na okres 14 dni poprzedzający i następujący po wydarzeniu, którego reklama dotyczy” – regulując w taki sposób ten zapis, uzyskamy większą przejrzystość zapisów, ale przede wszystkim możliwość sprawdzenia, czy reklama nie wisi za długo. Będzie bowiem z niej wynikać data wydarzenia, która wskaże ramy czasowe, gdy reklama może wisieć (okres poprzedzający wydarzenia i następujący po nim). W przypadku jedynie określenia, że reklamy takie mogą być umieszczane czasowo na okres 30/60 dni, w rzeczywistości bardzo trudno będzie wyegzekwować ten termin. Osoba sprawdzająca nie będzie w stanie ocenić, kiedy reklama zawisła i kiedy mijają wskazany w uchwale okres 30/60 dni.
	47.	Wskazanie na zbyt szeroki zakres pojęcia budowla.		X	Uchwała nie może zmieniać definicji ustawowych. Te z kolei uznaje się za jednoznaczne. Katalog tego co może być budowlą jest faktycznie szeroki. Dodano jednak zapis określający maksymalny gabaryt szyldu na budowlu – 2 m <sup>2</sup> – jedynej formie jaka jest dopuszczalna, czyli naklejki, która automatycznie nie jest możliwa do umieszczenia na wielu powierzchniach, o czym nie ma nawet potrzeby wspominać.		10/ W uchwale, w kilku miejscach pojawia się wyraz „budowla”, oprócz budynku. Okazało się, że trudno jest odnaleźć definicję tego słowa. Prawo budowlane nie podaje jednoznacznej definicji budowli. Taka definicja przewija się w prawie podatkowym, które precyzuje: budowla to obiekt budowlany niebędący budynkiem ani obiektem małej architektury. Budowlą może być również urządzenie budowlane zapewniające możliwość korzystania z obiektu budowlanego, do którego należy zgodnie z jego przeznaczeniem. Prawo budowlane potwierdza niejako tę definicję stwierdzając, że budowlą jest każda konstrukcja budowlana, która nie jest budynkiem lub elementem małej architektury. Z uwagi na brak jednoznacznej definicji, należałoby się zastanowić nad użyciem tego słowa w uchwale, bo od tego, czy coś potraktujemy jako budowlę zależy np. czy komuś będzie przysługiwało prawo do umieszczenia dodatkowych dwóch szyldów (rozdział III, § 8 ust. 2 pkt.3). A budowlą może przecież być np. jakiś murek postawiony na nieruchomości, wiata, domek na narzędzia itp.
	48.	Wskazanie braku dopuszczenia banerów jako szyldów.		X	Brak takiego dopuszczenia jest celowym działaniem, mającym przeciwstawić się jednej z powszechniejszych przyczyn istnienia chaosu reklamowego. Dla uczynienia zapisów wprowadzono jednak w Rozdziale II paragraf o treści: „§8. Dopuszcza się stosowanie danego rodzaju tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego jako szyldu, wyłącznie w przypadku, gdy dany paragraf zawiera postanowienia, które należy stosować w takim przypadku.”		11/ Brakuje rozróżnienia w przepisach uchwały na banery reklamowe, które są szyldami i które nimi nie są. W uchwale jest uregulowanie jedynie dotyczące banerów reklamowych, nie będących szyldami (rozdział III § 9). Sugeruje to, że są również takie banery, które szyldami są. W przypadku pozostałych rodzajów reklam i urządzeń reklamowych, takie rozróżnienie występuje w uchwale i jest zaakcentowane (to są kolejne paragrafy w rozdziale III). Czym podyktowana jest taka regulacja? Czy to jest przeoczenie, czy celowe działanie autora projektu?

	49.	Wniosek o wskazanie podstawy prawnej dla egzekucji postanowień uchwały krajobrazowej.			X	Zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów sprawie „zasad techniki prawodawczej” (Rozporządzenie w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów w sprawie „Zasad techniki prawodawczej” z dnia 29 lutego 2016 roku, Dz. U. z 2016 r. poz. 283) została podana w odpowiednim miejscu – na początku podstawa prawna. Projektowana uchwała krajobrazowa nie dotyczy kwestii egzekucyjnych, które są jej następstwem – gdyż nie jest to zgodne z ww. Rozporządzeniem.		13/ Jeśli sposób egzekwowania stosowania przepisów uchwały będzie następował zgodnie z procedurą opisaną w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (art. 37d) – uważam, że taką delegację do przepisów tej ustawy należałoby wprost wskazać. Należy zakładać, że osoby stosujące uchwałę, nie będą prawnikami, więc powinno się im podać podstawę prawną na jakiej stosowanie tych przepisów będzie od nich egzekwowane.
	50.	Pytanie o wyznaczenie 60 – miesięcznego okresu dostosowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę.			X	Każda tablica reklamowa i urządzenie reklamowe, które były sytuowane z pozwoleniem na budowę wymagają, celem dostosowania, przejścia odpowiedniej procedury budowlanej. Bez względu czy będzie to przebudowa, rozbudowa czy rozbiórka należy wykonać projekt i przedłożyć go w Starostwie. To wymaga czasu, niekiedy nawet okresu dwuletniego. Jeżeli więc na usunięcie banneru są wyznaczone dwa lata, a sama czynność trwa może pół godziny, to dla takich reklam należy przewidzieć minimum 4 lata, przy czym propozycja okresu 5-letniego nie jest już w takiej skali czasu dużo dłuższym okresem. Równocześnie warto zauważyć, że tego typu nośniki reklamy są sytuowane rzadko – właśnie ze względu na określaną jako „uciążliwą” procedurę budowlaną. Ich dłuższa ekspozycja nie będzie zatem kłopotliwa – jest ich niewiele.		14/ Termin dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych na 24 miesiące jest ok. Nie jest on za krótki i za długi. Mamy teraz trudne czasy. Firmy raczej zwijają działalność, niż się reklamują. Myślę, że każdy czeka na lepsze czasy i dlatego te 24 miesiące wprowadzają właściwy czas. Wskazane poniżej, w pkt 2 (str. 22 projektu) 60 miesięcy wygląda szokująco wobec tych 24 miesięcy wcześniej. Dlaczego aż 60 miesięcy? To bardzo długo. Dłuższy okres dotyczy tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę. Czy mamy jakąkolwiek wiedzę o skali wydanych w ostatnich latach takich decyzji?
	51.	Wątpliwości dotyczące poprawności legislacyjnej.			X	Zgodnie z §143 zasad techniki prawodawczej (załącznik do rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 283): „§ 143. Do projektów aktów prawa miejscowego stosuje się odpowiednio zasady wyrażone w dziale VI, z wyjątkiem § 141, w dziale V, z wyjątkiem § 132, w dziale I w rozdziałach 1-7 i w dziale II, a do przepisów porządkowych - również w dziale I w rozdziale 9, chyba że odrębne przepisy stanowią inaczej.” „§ 56. [Artykuł lub ustęp zawierający wyliczenie]		15/ Zasady tworzenia aktów prawnych określa Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie „Zasad techniki prawodawczej”. W § 57 wskazane są poszczególne jednostki redakcyjne, które następują po sobie i których kolejność powinna zostać zachowana w akcie prawnym: - artykuł - ustęp - punkt - litera - oznaczenia dwu albo wieloliterowe - tiret Mając powyższe na uwadze i czytając projekt uchwały odnosi się wrażenie, że w niektórych miejscach został zaburzony porządek jednostek redakcyjnych, np. w § 5, § 6 i § 7, § 12, § 14, § 15 itd. od razu mamy punkty, z pominięciem ustępów. Uważam, że należy wprowadzić porządek jednostek redakcyjnych zgodnie z rozporządzeniem.

						<p>1. W obrębie artykułu (ustępu) zawierającego wyliczenie wyróżnia się dwie części: wprowadzenie do wyliczenia oraz punkty. Wyliczenie może kończyć się częścią wspólną, odnoszącą się do wszystkich punktów. Po części wspólnej nie dodaje się kolejnej samodzielnej myśli; w razie potrzeby formułuje się ją w kolejnym ustępie.</p> <p>2. W obrębie punktów można dokonać dalszego wyliczenia, wprowadzając litery.</p> <p>3. W obrębie liter można dokonać kolejnego wyliczenia, wprowadzając tiret.</p> <p>4. W obrębie tiret można dokonać kolejnego wyliczenia, wprowadzając podwójne tiret.”</p> <p>Projekt uchwały krajobrazowej jest projektem aktu prawa miejscowego a więc zastosowanie ma wskazany §143. Przytaczany powyżej §56 znajduje się w dziale I, rozdziale 7 - przywołanym w § 143, a więc należy go brać pod uwagę przy redakcji projektów prawa miejscowego.</p> <p>Z kolei we wskazanym w §143 dziale V zasad mieści się §124, który stanowi:</p> <p>„§ 124. 1. Podstawową jednostką redakcyjną rozporządzenia jest paragraf (§).</p> <p>2.Paragrafy można dzielić na ustępy, ustępy na punkty, punkty na litery, litery na tiret, a tiret na podwójne tiret.”</p> <p>Z powyższego wynika, iż na mocy §143 zasad techniki prawodawczej, do projektów prawa miejscowego mają odpowiednie zastosowanie m.in dwa interesujące nas przepisy tj. §56 i § 124. Ten drugi ustala systematykę aktu (podział na paragrafy) - ten pierwszy pozwala na wprowadzanie wyliczeń w ramach paragrafów.</p> <p>Ponadto, przykładem może być § 134 "Zasad techniki prawodawczej", który po sformułowaniu treści paragrafu zawiera bezpośrednio wyliczenie z pominięciem podziału na ustępy (które nie tworzą myśli odrębnych, zgodnie z § 55 ust. 1): „§134 Podstawą wydania uchwały i zarządzenia jest przepis prawny, który:</p> <p>1) upoważnia dany podmiot do uregulowania określonego zakresu spraw;</p> <p>2) wyznacza zadania lub kompetencje danego podmiotu.”</p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

12.	S.D.	52.	Dopuszczenie ogrodzeń pełnych na działkach mieszkaniowych od strony dróg wojewódzkich, powiatowych oraz torów WKD.			X	<p>Projektowane zasady nie odbiegają znacząco od obowiązujących zapisów w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.</p> <p>Proszę zwrócić uwagę na fakt, że istniejące ogrodzenia nie wymagają dostosowania do wprowadzanych przepisów, zatem nowe regulacje będą dotyczyły tylko nowopowstających ogrodzeń a nie tych, które istnieją i będą np. w przyszłości modernizowane. Bowiem w myśl prawa budowlanego jedynie ogrodzenia powyżej 2,2 m wymagają zgłoszeń zamiaru prowadzenia robót budowlanych.</p> <p>Nie bez znaczenia jest również fakt, że obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%.</p> <p>Taka wartość jest wystarczająca dla zachowania odpowiedniej widoczności.</p> <p>W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów.</p>		W związku z projektem Uchwały Krajobrazowej narzucającej ogrodzenia o minimalnym prześwicie 40%, zwracam się z propozycją umożliwienia wznoszenia ogrodzeń pełnych na działkach przeznaczonych pod zabudowę mieszkaniową od strony dróg wojewódzkich, powiatowych oraz torów WKD. Ogrodzenia takie nie będą mogły być jednolitym murem, ani nie będą mogły być wykonane z prefabrykowanych pręseł betonowych. Takie ogrodzenia będą chronić mieszkańców przed nadmiernym hałasem i zanieczyszczeniami, a przy tym nadal będą mogły być estetyczne.
13.	A.U.	53.	Wniosek o ograniczenie stosowania różnych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych obok siebie.			X	<p>Nie ma możliwości sumowania wszystkich form z katalogu w obliczu postanowień §8 ust 2. Możliwe jest jednak sytuowanie obok siebie (w ramach wszystkich postanowień projektu uchwały) formy ażurowej i nieżurowej, jednak przy wszystkich ograniczeniach zjawisko takie będzie raczej marginalne.</p>		3. Mam problem z liczbą szyldów – jedna firma – może zsumować wszystkie formy z katalogu? Umieścić obok nad rzędem witryn na zmianę litery i kasetony? To chyba nie tak powinno być.
14.	K.Z.	54.	Wniosek o dopuszczenie mniej restrykcyjnych postanowień na obszarze Opacz-Kolonii i części Reguł od Alei Jerozolimskich do granic gminy Michałowice			X	<p>Obszar ograniczonego użytkowania dla Portu Lotniczego im. Fryderyka Chopina w Warszawie (uchwała nr 76/11 Sejmiku Województwa Mazowieckiego z dnia 20 czerwca 2011 r.) wprowadza trzy strefy ograniczenia zabudowy. Tylko jedna z nich, najbliższa lotnisku strefa Z1, zakazuje przeznaczania terenów pod zabudowę mieszkaniową. Na terenie Gminy Michałowice strefa ta znajduje się rzeczywiście w Opacz-Kolonii, jednak obejmuje powierzchnię ok. 3,84 ha, czyli zaledwie ok. 1,3% powierzchni całej miejscowości. Zgodnie z obowiązującym planem miejscowym na pozostałych terenach dopuszcza się budowę budynków mieszkalnych jednorodzinnych.</p> <p>W związku z powyższym uzasadnienie uwagi rozmija się ze stanem faktycznym a uwaga pozostaje odrzucona.</p>		<p>Oczywiście mam interes odnosząc się do uchwały, a nie pochwalając wszystkich zapisów ustalających ograniczenia sytuowania tablic reklamowych. Mam na swojej działce tablice reklamowe, które dają jakiś tam nieduży dochód. To tak naprawdę ginący środek komunikacji między reklamującym a odbiorcą. W dobie Internetu trafia ona głównie do emerytów. Ale jeszcze są firmy które ogłaszają się w ten sposób.</p> <p>Przypominam autorom uchwały jak i pani wójt, że prawie całą wieś Opacz Kolonia obejmuje Obszar Ograniczonego Użytkowania spowodowany oddziaływaniem lotniska Okęcie. Znajdujemy się pomiędzy dwiema drogami. Jednej nie widzimy, ale słyszymy czyli S2. Drugą zauważyli autorzy projektu czyli aleje Jerozolimskie.</p>



								<p>Ustanowienie obszaru OOU spowodowało, że można na naszym terenie otworzyć fabrykę, ale nie koniecznie wybudować dom. Dla mnie bardziej uciążliwe dla okolicy jest działający zakład czyli samochody, TIR- y, wózki widłowe i inny hałas czyli tłuczonego szkła czy spadającej z wysokości blachy niż tablice nie ingerujące w otoczenie. Na terenie alej jerozolimskich obowiązuje dowolność co do wielkości i formy tablic. Poza tym terenem „nie szylid” w formacie tylko do 3m x 2m i jeden oddalony od drugiego na ponad 70 metrów.</p> <p>W Opaczy Kolonii jest tylko kilka miejsc gdzie znajdują się tablice reklamowe. To okolice skrzyżowań, bo tylko tam jest miejsce widoczne przez więcej niż sekundę dla kierowcy samochodu, czy pasażera autobusu. Nie są to wielkie tablice jeżeli to nieznacznie przekraczają limit 6 metrów kwadratowych, który chcą narzucić autorzy projektu. Zdarzają się miejsca, gdzie są dwie tablice w niedużej odległości od siebie. Na pewno nie jest to 70 metrów. Tablice są porównywalnej wielkości ustawione pewnie przez jedną firmę więc wcale nie kłują w oczy. Gdyby postawić małą tablicę obok wielkiej, wrażenie mogłoby być inne.</p> <p>Podsumowując. Naświetliłem sytuację przemysłowych terenów naszej gminy czyli Opacz Kolonii (wiem, że to teraz rubież), a myślę, że i części Reguł. Wnoszę o powiększenie limitu wielkości tablic na tym terenie do 12 metrów kwadratowych, a szczególnie o likwidację zapisu o odległości tablic od siebie.</p>
15.	W. Sz,	55.	Uchwała jest zbyt obszerna.			X	Uchwała musi regulować złożone zagadnienia w sposób kompleksowy, co wpływa na jej objętość.	Uchwała jest zbyt obszerna.
		56.	Wniosek o zamieszczenie linków do ustaw dla ułatwienia lektury			X	Nie jest możliwe zamieszczenie linków, które będą w 100% funkcjonalne – strony rządowe ulegają aktualizacjom i linki mogłyby przekierowywać na nieistniejące strony. Zamawiający ani Wykonawca nie ma wpływu na treści zewnętrzne. Najwygodniejszą formą wyszukiwania jest wpisanie nazwy ustawy które podajemy.	Byłoby miło abyście Państwo zamieszczali linki do ustaw, na które się powołujecie, przynajmniej w projekcie UK. Znacznie ułatwiłoby to lekturę (taka uwaga techniczna).
		57.	Wniosek o ograniczenie typów reklam do czterech i dwóch dopuszczalnych gabarytów.			X	Takie rozwiązanie z pewnością przyczyniłoby się do ujednoczenia reklam w całej gminie, jednak ingerencja w istniejące działalności byłaby nieakceptowalna społecznie – do pokazały dotychczasowe konsultacje społeczne.	<p>Uchwała w takiej formie nie zmieni niczego i cła praca pójdzie w gwizdek. Jest zbyt wiele rodzajów i możliwości umieszczania reklam.</p> <p>Zbyt wiele rozmiarów i sposobu ich wykonania.</p> <p>Sugerowałbym ograniczyć typy reklam do trzech, czterech w zależności od rejonu oraz do wyboru dwóch rozmiarów w zależności od typu reklamy.</p> <p>Nie jestem zwolennikiem daleko idących regulacji a właściwie żadnych regulacji ( w granicach rozsądku), ale jeśli chcecie Państwo zlikwidować chaos reklamowy, jest to chyba jedyna droga.</p>

		58.	Wniosek o uregulowanie jedynie Alei Jerozolimskich.			X	Gmina Michałowice posiada wiele obszarów chronionych, do których musi się odnosić również uchwała krajobrazowa.	Generalnie UK dotyczy jedynie Al. Jerozolimskich i ul. Sokołowskiej, reszta Gminy jest w kwestii reklam do przyjęcia, a nieliczne wyjątki można załatwić bez niej.
		59.	Wniosek o podanie do publicznej wiadomości kosztu przygotowania i wdrażania uchwały.			X	Wszystkie informacje są jawne i podawane dla wszystkich postępowań na BIP. Nie jest możliwe oszacowanie ostatecznych kosztów wprowadzenia uchwały – z punktu widzenia Gminy będzie to przychód ze względu na prowadzone postępowania, związane z likwidacją nielegalnych reklam i karami z tego tytułu.	Prosiłbym również o podanie do publicznej wiadomości ile nas UK już kosztowała i ile będzie jeszcze
16.	T. M.	60.	Wniosek o regulację tabliczek informacyjnych.			X	Przedmiotowe tabliczki nie mieszczą się w ustawowej definicji reklamy - tym bardziej ogrodzenia czy obiektu małej architektury - w związku z tym regulacja zasad ich usytuowania byłaby naruszeniem delegacji ustawowej - czyli istotnym naruszeniem prawa - i nie może być wprowadzone. Uchwała krajobrazowa nie może również zmieniać procedur administracyjnych.	1. przy drogach w gminie - staraniem indywidualnych mieszkańców oraz samego UG - pojawiły się niewielkie tabliczki dotyczące zwierząt np. „Uwaga jeże”, „Uwaga wiewiórki”, „Uwaga czajki”; chciałbym prosić o uwzględnienie obecności w przestrzeni publicznej tychże tabliczek tj. postuluję, aby Uchwała Krajobrazowa: po pierwsze usankcjonowała istniejące tabliczki, po drugie dopuszczała umieszczanie takowych w przyszłości, we wskazanych przez mieszkańców miejscach bez nadmiernych procedur biurokratycznych;
		61.	Wniosek o opisanie działania uchwały w trakcie kampanii wyborczych.			X	Reklama wyborcza jest reklamą, jak każda inna tablica czy urządzenie reklamowe i podlega tym samym procedurom w zakresie egzekucji postanowień uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie sytuowania reklamy wyborczej bez dodatkowych warunków nie jest akceptowalne społecznie.	2. prośba o opisanie expressis verbis sposobu działania zapisów Uchwały Krajobrazowej w okresach kampanii wyborczych; moje obawy są związane z potencjalną możliwością nadużywania Uchwały do celów politycznych z jednej strony, a z drugiej jestem za stwarzaniem możliwości promocji komitetom wyborczym; uważam, że jednoznaczny zapis w tej sprawie; np. w czasie kampanii wyborczych dozwolone jest umieszczanie materiałów wyborczych w każdym miejscu i formie, zgodnie z istniejącym prawem; w domyśle po otrzymaniu zgody właściciela gruntu; lub może prościej: materiały zarejestrowanych komitetów wyborczych w okresie kampanii wyborczej i dwa tygodnie po wyborach, nie są reklamą w rozumieniu Uchwały Krajobrazowej);
		62.	Wniosek o regulację tabliczek ostrzegawczych.			X	Wspomniane przypadki również nie są reklamą - analogicznie jak w odpowiedzi pkt 1.	2A. być może taki ekstraordynaryjny sposób działania powinien być zapisany w Uchwale, także dla sytuacji nadzwyczajnych np. informacji o zagrożeniu wścieklizną, innymi naturalnymi klęskami (w tym pandemią)

17.	M. S.	63.	Pytanie o skuteczność zapisów dotyczących utrzymania reklam.			X	Zapisy są precyzyjne i odnoszą się wyłącznie do mierzalnych elementów mających wpływ na odbiór estetyczny i stanu technicznego reklam.		Witam, nie jestem pewny czy w uchwale dostatecznie uregulowane jest utrzymanie reklam i zdejmowanie reklam uszkodzonych. Załączam zdjęcie reklamy która od paru miesięcy wisi przy straży pożarnej w Nowej Wsi.
18.	A. S.	64.	Wniosek o zmniejszenia maksymalnej liczby szyldów do jednego.			X	Byłoby to zbyt daleko idące rozwiązanie, nieakceptowalne społecznie i działające destrukcyjnie na morale przedsiębiorców i kondycję ich firm.		Projekt uchwały Rady Gminy Michałowice w sprawie tzw. Uchwały Krajobrazowej jest poprawny i dobrze porządkuje dotychczasowe przepisy. Należy być zadowolony zwłaszcza z zasad o których mowa w rozdziale IV (ogrodzenia). Moją jedyną prośbą jest aby wnioskodawcy jeszcze raz zastanowili się nad zmniejszeniem maksymalnej łącznej liczby szyldów dla „KAŻDEJ Z DZIAŁALNOŚCI” prowadzonej na danej nieruchomości o „jeden” np. w §8 ust.2 czy §11 ust.2 (oczywiście nie mniej niż jeden). Obecne warunki b. szybko postępującej cyfryzacji (dostępu do Internetu czy powszechności Google Maps) uzasadniają redukcje kosztów instalowania nadmiaru szyldów.
19.	J. B.	65.	Pytanie o zgodę na umieszczanie plakatów na słupach trakcyjnych.			X	Uchwała krajobrazowa odnosi się do stanu, który będzie po jej wejściu w życie. Zgody na umieszczanie reklam w pasach drogowych wydaje nadzorca drogi.		Czy gmina wyraża zgodę na umieszczanie tego typu ogłoszeń na słupach w Komorowie? Jako mieszkaniec jestem zdecydowanie przeciwny.
20.	A.B.	66.	Wyrażenie poparcia dla uchwały, brak treści merytorycznej uwagi.			X	Uwaga nie może być uwzględniona ze względu na brak treści merytorycznej.		Popieram prace nad zmianami w zakresie stawiania reklam w przestrzeni publicznej. Reklamy w sposób niekontrolowany zaśmiecają krajobraz. Jest to smutny i przykry widok bałaganu wizualnego. Jestem za zdecydowanym ograniczeniem reklam, nie tylko zmiany ich formy. Mieszkam w Nowej Wsi, codziennie jeżdżę między Pruszkowem a Grodziskiem. Po drodze mnóstwo przykładów zaśmiecenia.
21.	M.J.D.	67.	Wniosek o usunięcie ograniczenia prześwitów do minimalnie 40%.			X	Obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%. W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów		Warto rozważyć celowość uprawnienia §26 pkt 1. Może on doprowadzić do wznoszenia ogrodzeń <i>[nieczytelne]</i> nietrwałych i nieestetycznych.
22.	M.C.	68.	Wniosek o zakazanie stosowania tzw. LEDów.			X	Uchwała posiada już adekwatne dla uwagi zapisy, jak chociażby standard wyświetlania.		Proponuję całkowity zakaz stosowania reklam świetlnych, przewijanych a w szczególności reklam typu LED (Liquid Crystal Display).

		69.	Wniosek o dalsze ograniczenie liczby sytuowanych szyldów.			X	Większość uwag składanych do projektu uchwały krajobrazowej odnosi się do uzasadnionej potrzeby zwiększenia tej liczby.		Proponuję ograniczenie maksymalnej łącznej ilości szyldów dla każdej z działalności prowadzonej na danej nieruchomości do ilości takiej samej jak na elementach krajobrazu kulturowego i WOCK.
23.	J.K.	70.	Wniosek o zwiększenie czytelności projektu uchwały.			X	Uchwała, w związku z wieloma uwagami została doprecyzowana w możliwym zakresie. Uwaga jest nieprecyzyjna – nie wskazano przykładów nieczytelnych zapisów. Projektowana norma posługuje się językiem specjalistycznym, analogiczne do planów miejscowych.		Uchwała jest mało przejrzysta i wymaga przeredagowania. W obecnej formie jest niezrozumiała. To jest dokument, który powinien być zrozumiały dla mieszkańców, a nie jest. W takiej formie nie może być uchwalony.
		71.	Ujęcie definicji jako odrębnego załącznika.			X	Proponowane rozwiązanie dalekie jest od praktyki aktów planistycznych i mimo dobrych intencji mogłoby czynić uchwałę nieczytelną – ze względu na niestandardowe umieszczenie słowniczka.		Sednem uchwały są załączniki. Dlatego, dla uczynienia dokumentu składam uwagę dotyczącą redakcji załącznika nr 1 i wnioskuję o wyjęcie par 5 i par 6 z rozdziału II z tego załącznika i uczynienie z niego załącznika nr 2 o nazwanie tego załącznika „opis nośników reklamowych...”
		72.	Dopuszczenie billboardów o układzie pionowym powierzchni ekspozycyjnej.			X	Wskazany szyld nie jest billboardem, tylko pylonem		Rozdział II §5 pkt 2 „... w układzie poziomym”. Wnoszę o dopisanie „lub pionowym”, ponieważ istnienia takich billboardów również nie można wykluczyć. Najbliższy jest na skrzyżowaniu ul. Jesionowej i drogi wojewódzkiej 719.
		73.	Dopuszczenie stosowania form dedykowanych szyldom jako nie-szyldy			X	Proponowane rozwiązanie nie znajduje uzasadnienia praktycznego. W stanie istniejącym nie stosuje się np. flag jako reklam nie będących szyldami. Zmiany wprowadzone za pośrednictwem uchwały mogłyby zachęcić do szukania przypadkowych rozwiązań, jak np. kaseton nie będący szyldem, dlatego zdecydowano się różnicować niektóre nośniki dopuszczając je wyłącznie jako szyldy lub wyłącznie jako nie-szyldy.		Wprowadzono opisy poszczególnych form reklamy, z zależności czy są szyldami czy nie np. flagi mogą być szyldami lub nie. Składam uwagę, aby rozszerzyć definicję kasetony, nie będące szyldami, pylony nie będące szyldami, reklamy naklejane nie będące szyldami. Uzasadnienie: to są często formy reklamy.
		74.	Dodanie wszystkich rodzajów wyborów prowadzonych w JST do definicji reklamy wyborczej.			X	Definicja zawiera już oczekiwany zakres wyborów.		W opisie reklamy wyborczej składam uwagę, aby uwzględnić wybory do jednostek pomocniczych JST np. rad soleckich, sołtysów, przewodniczących osiedli itp.
		75.	Kilka uwag w zakresie sytuowania billboardów oraz formułowania postanowień w tabeli.			X	Wniosek jest zasadny. Uwzględniono w zakresie: Zmieniono sformułowanie: <i>krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnej powierzchni ekspozycji nie określa się.</i> Określono maksymalne wysokości: WOCK 3 m, Elementy krajobrazu kulturowego 4m, krajobraz prężności gospodarczej 24 m. Nie uwzględniono w zakresie:		Składam uwagi dotyczące Rozdziału III: <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1.4. uwaga dotyczy zapisu: <i>w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnej powierzchni ekspozycji nie określa się</i>, lecz określono gabaryty billboardów w standardowych formach. Wyjaśnienie lub inne sformułowanie</li> <li>8.1.4 – wprowadzić ograniczenie wysokości reklam do 12 m (większość zapisów mpzp gminy dla budynków)</li> </ul>

						<p>Nie ograniczono wysokości zgodnie z oczekiwaniami – wysokość tablic i urządzeń reklamowych i budynków to dwie niezależne od siebie wartości. Ważne są odległości między budynkiem i wysokością pylonu, lokalizacja względem dróg, wysokość terenu itd.</p> <p>Dopuszczenia stosowania kompozytów – kompozyt nie jest materiałem budowlanym, tylko typem łączenia materiałów. Uwaga jest zbyt nieprecyzyjna w tym zakresie.</p> <p>Na 51 podjętych w Polsce uchwał krajobrazowych tylko jedna jest sformułowana w tabeli i z tego tytułu było wszczęte postępowanie nadzorcze, jest to bardzo nieszablonowe rozwiązanie, które może się skończyć stwierdzeniem nieważności uchwały.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>10.1.4)a) konstrukcja: metal i beton. Proponuję uwzględnić także konstrukcje kompozytowe</li> <li>Par od 9 do 24 – składam uwagę co do redakcji – obecny jest nieczytelny. Wnoszę o przedstawienie wszystkich zapisów w tabeli – da się.</li> </ul>
		76.	Wprowadzenie minimalnej odległości reklam od skrzyżowań oraz wskazanie maksymalnej odległości od skrajni pasa drogowego.		X	<p>Uchwała opiera się na innych rozwiązaniach, mających na celu ograniczenie występowania negatywnych zjawisk reklamowych.</p> <p>Przykładem może być powszechne występowanie banerów przy skrzyżowaniach – projekt Uchwały Krajobrazowej zakłada w ogóle brak możliwości ich sytuowania na ogrodzeniach ( z wyjątkiem reklamy wyborczej) – czyli rozwiązuje ten sam, lub zbliżony, problem w inny sposób.</p>		<p>Składam uwagę dotyczącą konieczności określenia w uchwale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Minimalnej odległości tablic i urządzeń reklamowych od skrzyżowań</li> <li>Maksymalnej odległości tablic i urządzeń reklamowych od skrajni pasa drogowego w obszarze prężności gospodarczej – 20 m.</li> </ul>
24.	M.B. oraz 26 podpisów	77.	Włączenie parku w Regułach do obszaru chronionego krajobrazu.		X	<p>W Parku co do zasady nie funkcjonuje reklama zewnętrzna, nie ma potrzeby regulacji w tym zakresie.</p> <p>Ponadto nie ma możliwości prawnej zmiany treści Rozporządzeń uchwałami Rady Gminy – w tym przypadku przebiegu granicy obszarów chronionych.</p>		<p>2. Zgłaszamy rozważenie ujęcie w obszarze chronionego krajobrazu w Gminie Michałowice teren istniejącego zabytkowego parku w Regułach obejmujący zarówno działkę nr 481/2 jak i nowo pozyskaną od KOWR działkę 483</p>
		78.	Ograniczenia dla reklam w krajobrazie prężności gospodarczej.		X	<p>Krajobraz prężności gospodarczej jest terenem, który z założenia ma pozostać jako dopuszczający reklamy w większym zakresie niż w pozostałej części gminy Michałowice. Wprowadzanie dalszych ograniczeń będzie nie tylko mocno komplikowało egzekucję lecz również będzie stało w sprzeczności z tym założeniem. Jak pokazują niniejsze konsultacje społeczne – obecne, dość liberalne postanowienia, i tak spotykają się z oporem przedsiębiorczy i przedsiębiorców.</p>		<p>Postulujemy aby zasady przyjęte dla „krajobrazu prężności gospodarczej” obowiązywały wyłącznie w pasach drogowych na terenach, które w MPZP są oznaczone jako usługowe i to z wyłączeniem terenów usługowo mieszkalnych i osi widokowych- pozwoli to na ograniczenie uciążliwości reklam dla miejsc mieszkalnych i zachowanie warunków estetycznych osi widokowych a jednocześnie zapewni większe możliwości ekspozycji reklamowe dla lokalnego biznesu w miejscu jego działalności.</p>

25.	Cityboard Media sp. z o. o.	79.	Wniosek o zwolnienie istniejących „legalnie” tablic i urządzeń reklamowych z obowiązku dostosowania.			<p><b>X</b></p> <p>Spółka Cityboard Media podnosi iż projektowana uchwała gminy Michałowice powoduje wsteczne „delegalizowanie” istniejących legalnie obiektów poprzez nakazanie ich rozbiórki lub zmiany przeznaczenia. Dzieje się to wbrew zasadzie wyrażonej w art. 35 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Cityboard Media sp. z o.o. argumentuje również, iż uchwała nie zawiera istotnego zróżnicowania regulacji prawnej dotyczącej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, co doprowadzi do absurdałnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe, jeśli tylko spełnią kryteria uchwały reklamowej, będą podlegać swoistej „abolicji”.</p> <p>W odniesieniu do tej uwagi wskazać należy, iż Gmina Michałowice działa w granicach prawa. Istotnie, art. 35 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503) dopuszcza możliwość dotychczasowego sposobu wykorzystywania terenów – do czasu zagospodarowania zgodnie z nowym planem, jednakże należy zauważyć, iż przepis ten dotyczy jedynie planów zagospodarowania przestrzennego. Zasady przygotowywania i wdrażania uchwał krajobrazowych zostały sformułowane w sposób odmienny i ustawodawca w art. 37 a ust. 9 wspomnianej ustawy wprost nakazał organom stanowiącym wskazanie w uchwale krajobrazowej terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, z zastrzeżeniem jedynie, iż termin ten nie może być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Projekt uchwały zgodny jest więc z przepisem rangi ustawowej. Podkreślić w tym miejscu należy, iż wypełniając nakaz płynący z art. 37 a ust. 9 ww. ustawy, zaproponowano długi, bo DWUKROTNIE dłuższy czas dostosowania, wynoszący 24 miesiące oraz aż 60 - miesięczny termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, bądź sytuowanych na podstawie przyjętego zgłoszenia robót budowlanych.</p>		<p>Projekt uchwały krajobrazowej wyłożony do publicznego wglądu przez Urząd Gminy Michałowice w aktualnym brzmieniu sprawia, że najbardziej ucierpi na jej funkcjonowaniu legalny biznes i lokalni przedsiębiorcy, natomiast operatorzy nielegalnych nośników reklamowych nadal pozostaną bezkarni.</p> <p>Należy podkreślić, że przepisy dotyczące uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które tak jak uchwały krajobrazowe, też mają charakter aktów prawa miejscowego, nie dopuszczają wstecznego „delegalizowania” istniejących na danym terenie obiektów budowlanych, nawet jeśli uchwalony p miejscowy plan zagospodarowania przewiduje inne przeznaczenie danego terenu. Zasadę tę wyraża art. 35 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Miejscowy plan nie ma zatem charakteru retrospektywnego i nie działa wobec istniejących legalnie obiektów ze skutkiem wstecznym, który nakazywałby po wejściu w życie planu ich rozbiórkę lub zmianę ich przeznaczenia, tak jak czyni to projektowana przez gminę Michałowice uchwała krajobrazowa wobec tablic i urządzeń reklamowych. Podobnie w przypadku zmiany tzw. przepisów techniczno-budowlanych dotyczących budynków, nie istnieje obowiązek dostosowania do nich istniejących obiektów, nawet jeśli nowe przepisy na przyszłość zakazują lub wykluczają pewne rozwiązania techniczne. Przykładowo można tu wskazać, że obecnie dla nowych budynków powyżej 9,5 m od posadzki parteru do posadzki ostatniej kondygnacji obowiązkowa jest instalacja dźwigów osobowych (wind). Natomiast obowiązek ten nie dotyczy budynków starszych i znacznie wyższych, które zostały zbudowane w innym stanie prawnym (kiedyś windę w budynkach wielorodzinnych należało budować tylko, gdy miały więcej niż 4 kondygnacje). Nie ma obowiązku dobudowania do nich wind po zmianie przepisów. Na analogicznej zasadzie ochronie powinny podlegać istniejące w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej tablice i urządzenia reklamowe. o ile zostały rzecz jasna zbudowane legalnie tj. zgodnie z literą prawa, czyli posiadają wszystkie wymagane pozwolenia i zgłoszenia robót budowlanych.</p>
-----	-----------------------------	-----	--	--	--	---	--	---

						<p>Rada Gminy, podejmując działania w zakresie ładu przestrzennego może poruszać się wyłącznie w granicach ustalonych przez ustawodawcę w ramach przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Nie ma kompetencji do ustalania zasad związanych z nielegalnie sytuowanymi nośnikami reklamy. Nie oznacza to jednak, iż zgodność sytuowania tablic i urządzeń reklamowych z zasadami wytyczonymi przez uchwałę krajobrazową nadawać będzie temu sytuowaniu walor zgodności z innymi normami prawnymi. Przepisy uchwały krajobrazowej nie wyłączają działania innych przepisów, w szczególności tych rangi ustawowej odnoszących się do kwestii sytuowania nośników reklamowych jak prawo budowlane czy ustawa o drogach publicznych. Tak więc sytuowanie nośników reklamowych musi być zgodne z wszystkimi obowiązującymi przepisami, nie tylko prawem miejscowym.</p> <p>Warto ponadto zauważyć, że tzw. „uchwała krajobrazowa” nie „legalizuje” żadnych tablic lub urządzeń reklamowych – nie ma takiej mocy sprawczej. Jeżeli więc jakiegokolwiek nośniki reklamy były sytuowane z naruszeniem jakichkolwiek przepisów wyższego rzędu – nadal są nielegalne w świetle naruszonych przepisów i winny być przeprowadzone procedury odpowiednie do poczynionych naruszeń.</p>		<p>Należy ponadto wskazać, że brak istotnego zróżnicowania regulacji prawnej dot. istniejących w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych doprowadzi do absurdalnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe (jeśli tylko spełnią kryteria uchwały w zakresie rozmiarów i lokalizacji) podlegać będą swoistej „abolicji” i będzie wolno je nadal eksploatować jako zgodne z uchwałą bez sankcji w postaci kar administracyjnych, jeśli tylko stoją w dozwolonych miejscach i mają dozwolone przez Projekt wymiary. natomiast nośniki reklamowe wzniesione całkowicie legalnie przy uzyskaniu wszelkich wymaganych prawem zezwoleń mogą podlegać tym karom i w efekcie obowiązku ich usunięcia, jeśli ich gabaryty i lokalizacja będą objęte zakazem na danym terenie. Skutkiem takiej regulacji będzie jeszcze większy chaos estetyczny i prawny: działający „na dziko” właściciele wielu małych nielegalnych nośników będą korzystać z rozwiązań uchwały, natomiast działające legalnie firmy systemowej reklamy zewnętrznej, będą bezpodstawnie ukarane za prowadzenie zgodnej z prawem działalności gospodarczej. Skutki prawne uchwały będą sprzeczne z jej założeniami i celami, a dodatkowo odniosą demoralizujący skutek społeczny w postaci negatywnego przykładu dla innych podmiotów z branży reklamowej. Uchwała będzie zachęcała inne podmioty gospodarcze do podejmowania działań sprzecznych z prawem, w tym do podejmowania samowoli budowlanych, także w zakresie reklamy zewnętrznej.</p> <p>Dodatkowo informujemy, że Trybunał Konstytucyjny zbada przepisy o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych). Gminom, które je uchwały mogą grozić. Wielomilionowe odszkodowania. Naczelny Sąd Administracyjny (NSA) ma poważne wątpliwości co do zgodności z Konstytucją przepisów o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych) i kieruje je do Trybunału Konstytucyjnego (TK). Jeśli TK stwierdzi ich niezgodność z Konstytucją, to gminy które uchwały tzw. uchwały krajobrazowe i dzięki nim pozbyły się legalnych reklam, mogą mieć poważne problemy. NSA w precedensowym orzeczeniu skierował do Trybunału Konstytucyjnego pytanie prawne o zgodność z Konstytucją art. 37a ust. 9 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepis ten nakazuje, aby po upływie tzw. okresu dostosowawczego usuwać zbudowane w gminie nośniki reklamowe, jeśli tzw. gminna uchwała krajobrazowa w tym miejscu ich zakazuje. Rozebrać trzeba nawet nośniki zbudowane legalnie (w oparciu o pozwolenie na budowę czy zgłoszenie), bo inaczej właścicielom działek i tych nośników grożą wysokie kary.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

										<p>W maju 2019 r. NSA rozpatrywał skargę kasacyjną Cityboard Media na uchwałę krajobrazową z Opola. Skład sędziowski złożony z największych autorytetów w dziedzinie prawa budowlanego i zagospodarowania przestrzennego doszedł do wniosku, że przepis ten może naruszać Konstytucję, bo nie zapewnia żadnej ochrony prawnej ani odszkodowania tym podmiotom, które na reklamy miały wszystkie wymagane prawem zgody. Zdaniem składu orzekającego przepis ten może naruszać zasadę zaufania obywatela do państwa, ochronę praw słuszenie nabytych, prawo własności i wolność prowadzenia działalności gospodarczej, a także tzw. zasadę proporcjonalności. Jeśli Trybunał podzieli zdanie NSA, to przepis utraci moc prawną.</p> <p>Należy również zwrócić uwagę na opracowane przez miasta projekty uchwał (np. Toruń i Szczecin) oraz przyjęte uchwały w gminach Suchy Las i Kobylnica, gdzie szanuje się prawa nabyte, a nośniki reklamowe ustawione w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub przyjęte zgłoszenie robót budowlanych, nie wymagają dostosowania do zasad określonych w projektowanych i przyjętych uchwałach.</p> <p>W ostatnim okresie również wyeliminowana z obiegu prawnego uchwała krajobrazowa miasta Gdynia Uchwała Została zaskarżona przez Wojewodę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku poprzez stwierdzenie błędów prawnych. Prezydent Gdyni Wojciech Szczurek zwrócił się do radnych o uchylenie dokumentu i dokument w całości został uchylony w dniu 25.08.2021 r.</p> <p>Został również wycofany projekt uchwały miasta Grudziądz z jednoczesnym uchyleniem uchwały mającej na celu przygotowanie projektu.</p> <p>Tymczasem przedstawiony przez Urząd Gminy Michałowice Projekt uchwały jako kolejny nie szanuje praw nabytych, jest niekonstytucyjny, a także wykazuje jednoznaczne działanie prawa wstecz. W świetle powyższego, niniejsze uwagi są zasadne i zastępują na uwzględnienie w całości.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



26.	J. CH. Oraz W. H.	80.	Większe zróżnicowanie zapisów dotyczących różnych krajobrazów w kontekście liczby szyldów. Ograniczenie maksymalnej liczby tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomości.		X	Wprowadzono większe zróżnicowanie, ale poprzez dopuszczenie większej liczby szyldów w krajobrazie prężności gospodarczej. Nie jest możliwa regulacja łącznej liczby tablic i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i szyldów ani szyldów łącznie, ponieważ ustawa o planowaniu wyraźnie stanowi o tym, że nie można zakazywać szyldów. Ograniczenie sumaryczne szyldów, w przypadku wielu działalności mogłoby doprowadzić do faktycznego zakazu szyldu dla jednej lub wielu działalności.		2. Prosimy o rozważenie zarysowania różnicy pomiędzy „Krajobrazem Prężności Gospodarczej” a podstawowym obszarem gminy Michałowice w zakresie liczby szyldów na nieruchomości. Zgodnie ze złożonym projektem w obu krajobrazach regulacja dopuszcza 3 szyldy na budynku, dwa na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojące i 2 na ogrodzeniu. Proponujemy aby na „pozostałym obszarze” dopuszczone zostały 2 szyldy na budynku i dwa wolnostojące. Wówczas staje się bardziej widoczna różnica pomiędzy wszystkimi strefami krajobrazu w zakresie umieszczania szyldów. Proponujemy również, aby w uchwale znalazł się zapis, że na jednej nieruchomości nie może być łącznie więcej szyldów niż trzy w strefie Warszawskiego Krajobrazu Chronionego na terenie Gminy Michałowice, pięć w podstawowej strefie Gminy Michałowice i siedem w strefie Krajobrazu Prężności Gospodarczej, Wydaje się, że potrzebny byłby zapis wskazujący na maksymalną ilość wszystkich reklam (szyldów i nie-szyldów) na terenie jednej nieruchomości.
		81.	Wprowadzenie przepisów dot. sankcji.		X	Nie ma możliwości powielania przepisów, które reguluje ustawa. Sankcje są opisane w ustawie o planowaniu w Art. 37d.		5. Tytułem uwagi ogólnej, w uchwale brakuje przepisów dotyczących sankcji za niedostosowanie lub naruszenie przepisów uchwały. Powyższe wydaje się potrzebne z tego powodu, że Gmina w tym projekcie nie posiada żadnych narzędzi aby wyegzekwować zasady, które wprowadza na swoim obszarze.
27.	M. Sz. Oraz 18 pospisów	82.	Włączenie parku w Regułach do obszaru chronionego krajobrazu.		X	W Parku co do zasady nie funkcjonuje reklama zewnętrzna, nie ma potrzeby regulacji w tym zakresie.		2. zgłaszamy do rozważenia ujęcie Parku w Regułach w obszarze o najbardziej zaostrzonych przepisach dopuszczających reklamowanie usług.
28.	B. R.	83.	Wniosek o dopuszczenie koloru brązowego (farby) dla ogrodzeń metalowych na elementach krajobrazu kulturowego.		X	Uchwała zwalnia z obowiązku dostosowania istniejące ogrodzenia.		§29 pkt 3 powinien być dozwolony kolor brązowy ciemny np. palisander, ciemny dąb itp. nb. obecnie co najmniej 50% ogrodzeń to ciemny brąz
29.	K.J.	84.	Doprecyzowanie pojęcia nieruchomość.		X	Nie można „doprecyzowywać” definicji ustawowych. Ustawa o planowaniu operuje słowem „nieruchomość” nie precyzując o jakie rozumienie tego słowa chodzi. W związku z tym w uchwałach krajobrazowych przyjmuje się, że wszystkie ustawowe definicje „nieruchomości” mieszczą się w słowie nieruchomość w definicji szyldu. A zatem każdy zbiór działek ewidencyjnych ujętych w jednej księdze wieczystej (nieruchomość gruntowa), wydzielony lokal, posiadający własną księgę		§1.4.1) Nieruchomość to jest działka ewidencyjna. Często zdarza się że obszar działania firmy składa się z kilku działek ewidencyjnych Czy można doprecyzować że jeśli jest kilka nieruchomości wykorzystywanych dla danej działalności gospodarczej to są traktowane jako jedna nieruchomość.

						wieczystą oraz budynki lub ich części o ile stanowią odrębną od gruntu własność.		
	85.	Propozycja korekty definicji baner, tak aby obejmowała ona wszelkie tablice reklamowe.			X	Baner reklamowy stanowi szczególny przypadek tablicy reklamowej i został precyzyjnie opisany w definicjach projektu Uchwały Krajobrazowej. Proponowane zapisy odnoszą się do innych tablic reklamowych, które banerami nie są.		§5 1) Tablice reklamowe są także wykonywane z metalu na którym ktoś maluje tekst farbą olejną używając template, są także wykonywane z papieru nielaminowego przyklejanym na klej do tapet. Czy można zrobić zapis otwarty – i z innych materiałów. Inaczej czegoś w tym zamkniętym katalogu może zabraknąć. W par. 9 1) c jest zapis że dopuszcza się banery w formie wolnostojącej. Sugeruję wykreślić to z tego paragrafu i przenieść do tej definicji, aby cała informacja na ten temat była w jednym miejscu.
	86.	Wniosek o zmianę zapisu na „w Gminnej Ewidencji Zabytków i/lub w Wojewódzkim Rejestrze Zabytków”			X	Ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami stanowi, że GEZ ma zawierać wszystkie zabytki nieruchome wpisane do Rejestru Zabytków. Ponieważ nie jest to wiedza powszechna wyszczególniono WRZ jako element GEZ, aby nie było wątpliwości do jakiego poziomu ochrony odnosi się zapis. Nie ma możliwości użycia potocznego łącznika „i/lub”, gdyż z poziomu prawa taki zapis jest sprzeczny. Użycie łącznika „lub” byłoby również z sprzeczne a łącznika „i” wykluczałoby obiekty ujęte jedynie w GEZ.		§5 3) Powinno być napisane w Gminnej Ewidencji Zabytków i/lub w Wojewódzkim Rejestrze Zabytków. Nie wiem co ma oznaczać słowo w szczególności.
	87.	Zmiana w określeniu czasu ekspozycji reklamy okolicznościowej.			X	Wprowadzono zmianę, polegającą na powiązaniu terminu z wydarzeniem (bezpośredni związek).		§5 24) Trudno będzie udowodnić kiedy ktoś postawił reklamę żeby liczyć to 30 dni. JA bym napisała że reklamę można postawić 2 tygodnie przed wydarzeniem, i powinna być usunięta dwa tygodnie po wydarzeniu.
	88.	Uzupełnienie definicji o „szyld”.			X	Nie ma możliwości powtarzania definicji zawartych w ustawach. Szyld jest definiowany w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. 2022 r. poz. 503). Zgodnie z art. 2 pkt 16d mówiąc o szyldzie „należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują”.		§5 34) Potrzebna jest definicja szyldu – lub pokazanie odwołania w przepisach do niej. Powszechnie ludzie nie wiedza ze szyld to też reklama towaru sprzedawanego w sklepie.
	89.	Ograniczenie kolorystyki elementów metalowych.			X	Wprowadza się ograniczenie do czerni, odcieni szarości i odcieni granatu.		§5 41) d) Czy można napisać ze elementy konstrukcyjne muszą być w stonowanej kolorystyce: biały, szary, grafitowy, stalowy, czarny. Czasami ludzie robią te ramy sami i malują farbą jaka im została.

	90.	Zwrócenie uwagi na błąd.			X	Dokonano korekty.		Rozdział III Nie wiem po co jest napisane w tym będące szyldami.
	91.	Zwrócenie uwagi na brak dopełniacza w zdaniu.			X	Ustęp reguluje różne gabaryty, w związku z czym odpowiednie odniesienia znajdują się w punktach ustępu a nie w „nagłówku”.		§8.1. Trzeba napisać czego – inaczej źle się czyta
	92.	Wątpliwość odnośnie ramy dla bannerów.			X	Baner jest tablicą reklamową, która nie posiada własnej konstrukcji. Zastosowanie ramy jest lepszym rozwiązaniem niż wieszanie banerów na ogrodzeniach, czy drzewach.		§9.1.1) c) Nie wiem co chcemy osiągnąć pisząc w ramie. Jeśli to żeby nie były rozmieszczane na dwóch palikach to ok. Na konsultacjach była sugestia że rama wiąże się z pozwoleniem na budowę. To by było dziwne bo oznaczałoby że każda tablica wymaga PNB.
	93.	Pytanie dotyczące rozumienia postanowień.			X	Zapisy projektowanej uchwały oznaczają, że standardowy format dla gabloty ekspozycyjnej wynosi 1.2x1,8 (jest to format tzw. CLP czyli citylight poster – plakat świetlny), zaś billboardy zaczynają się od powierzchni 5,8 m <sup>2</sup> , przy czym standardowy format to 3x2 m. Po zmianach wynikających z uwzględnienia uwag dopuszcza się billboard tej wielkości również na małych działkach.		§9.1.2) Poza WOCK max powierzchnia to 6 mkw, ale od 5,8 mkw wchodzi regulacja dotycząca banera. . Czyli działki poniżej 2000 mkw mogą tylko format 1,2x1,8. Czy dobrze to rozumiem ?
	94.	Pytanie o dopuszczenie tzw., „potykaczy”			X	Nie jest możliwe odczytanie intencji uwagi – przedstawione zjawisko nie jest ocenione ani pozytywnie, ani negatywnie. Nie jest też jednoznaczne, czy na przedmiotowych „potykaczach” znajduje się treść będąca reklamą w myśl ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.		§22 1) c) Czy to znaczy że jak towarzystwo komorowanie ma potykacze na których informuje o wydarzeniach kulturalnych które są stawiane w przestrzeni publicznej to one będą zabronione ?
	95.	Wniosek o zmniejszenie dopuszczalnej przezierności.		X		Obecnie w planach miejscowych, obowiązujących w gminie Michałowice najczęściej oczekiwany jest procent przezierności o wartości 50%. W uchwale wprowadza się definicję ogrodzenia ażurowego oraz parametry dla cokołu, aby uwzględnić zgłaszaną konieczność doprecyzowania zapisów		§26 2) a) Ten temat jest kontrowersyjny. Chodzi o to, że obecnie bardzo wielu mieszkańców ma ogrodzenia lite lub przezierne ale nie w 40%. . Taka jest powszechna praktyka. I zastanawiam się czy w kontekście tej praktyki dla nowych inwestycji jest fair wprowadzać ten zapis z 40%. Na FB ktoś napisał że przy ruchliwych drogach przy WKD ogrodzenie spełnia funkcję dźwiękoszczelną. Jednocześnie uważam że przezierne płoty są ok budują przestrzeń. Może ograniczyć tą przezierność do 30%.
	96.	Pytanie dot. ogrodzeń.			X	Tak, zapisy tego paragrafu stosuje się łącznie.		§26 3) Nie wiem czy ustalenia z 2 obowiązują też nieruchomości z 3 a powinny.

		97.	Opinia nt. estetyki siatki ogrodzeniowej.			X	Brak merytorycznej treści uwagi, do której można by było się odnieść.		§26 3 a) Uważam, że estetyczna siatka ogrodzeniowa jest ok. Jest lepsza niż większość oferty marketów budowlanych.
		98.	Pytanie o termin dostosowania.			X	Taki zapis jest możliwy, jednak byłby niewłaściwy w związku z trudną sytuacją społeczno-gospodarczą po pandemii.		§35 Czy można przyspieszyć zdjęcie z płotów banerów nie będących sztyldami ?
		99.	Prośba o podanie przykładów reklam które wymagają pozwolenia na budowę.			X	<p>Wszystkie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe trwale związane z gruntem, duże konstrukcje na budynkach, część reklam na obiektach zabytkowych.</p> <p>Wiele reklam, mimo posiadania takich wymogów, nie jest sytuowana w oparciu o PNB. W skali gminy będzie takie pozwolenie miało kilkanaście do kilkudziesięciu reklam.</p>		§35.2. Proszę podać przykłady jakie typy reklamy podlegają pod ten paragraf. Na które typy reklamy jest wymagane pozwolenie budowlane? Chciałabym zrozumieć ile tego jest teraz u nas ale też niezależnie od tego wiedzieć co wymaga PNB.
30.	Z upoważnieni a Shell Polska Sp. z o.o.	100.	Doprecyzowanie pojęcia nieruchomości.			X	<p>Nie można „doprecyzowywać” definicji ustawowych. Ustawa o planowaniu operuje słowem „nieruchomość” nie precyzując o jakie rozumienie tego słowa chodzi. W związku z tym w uchwałach krajobrazowych przyjmuje się, że wszystkie ustawowe definicje „nieruchomości” mieszczą się w słowie nieruchomości w definicji sztyldu.</p> <p>A zatem każdy zbiór działek ewidencyjnych ujętych w jednej księdze wieczystej (nieruchomość gruntowa), wydzielony lokal, posiadający własną księgę wieczystą oraz budynki lub ich części o ile stanowią odrębną od gruntu własność.</p>		<p>[...]</p> <p>Zwracam uwagę na wskazane zapisy, prosząc o ich interpretację i ponowne przeanalizowanie potrzeby ich zawarcia w uchwale, oraz o podjęcie próby interpretacji projektu w ramach wskazanych wątpliwości.</p> <p>Zwracam uwagę na zapis zawarty w projektowanym 5 17 pkt 1 lit a).</p> <p>[...]</p> <p>Powstaje pytanie, czy powierzchnia nieruchomości liczona jest dla całej nieruchomości stanowiącej odrębną własność, czy też w tym wypadku dla oceny skutków projektowanej regulacji pod uwagę brana będzie powierzchnia dzierżawiona przez inny podmiot (Shell Polska sp. z o.o.). Zgodnie bowiem z definicją zawartą w art. 46 § 1 kodeksu cywilnego – Nieruchomościami są części powierzchni ziemskiej stanowiące odrębny przedmiot własności (grunty), jak również budynki trwale z gruntem związane lub części takich budynków, jeżeli na mocy przepisów szczególnych stanowią odrębny od gruntu przedmiot własności.</p> <p>Kwestię rozumienia pojęcia „nieruchomość” należy zatem doprecyzować w uchwale.</p>
		101.	Pytanie o rozumienie pojęcia nieruchomości w kontekście oznaczeń na wjazdach na stacje paliw.			X	<p>Jak wskazano postanowienia uchwały odnoszą się do całości nieruchomości a nie faktycznie użytkowanej – czy dzierżawionej – jej części. Ale nawet jeśli sprawa dotyczyłaby części dzierżawionej o powierzchni 3000 to i tak by możliwe byłoby sytuowanie dwóch pylonów cenowych po jednym na każdy wjazd. Przypadek mniejszych nieruchomości i zlokalizowanych na nich stacjach benzynowych skutkowałby z kolei możliwością umieszczenie 1</p>		<p>Zakładamy jednak, że ze względu na umieszczenie stacji w krajobrazie prężności gospodarczej - maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej pylonów i totemu nie określa się (krajobraz prężności - zbiór nieruchomości, których granice sąsiadują lub znajdują się w pasie drogowym Alei Jerozolimskich gabaryty przekraczają dopuszczalną w innych miejscach powierzchnie 6m2 i trudno oczekiwać, aby powierzchnia pylonu będącego cennikiem była mniejsza, skoro pełni on ważną rolę informacyjną zgodnie z przepisami ustawy o cenach.</p>

						<p>pylonu i np. 1 gabloty. Nie ma przepisów nakazujących stosowanie pylonu cenowego w takiej formie, jaką przyjęto zwyczajowo. We wskazanym wyroku brano ponadto pod uwagę wielkość czcionki i oddalenie od ulicy – co oznacza wprost, że czcionka i wielkość urządzenia reklamowego musi być adekwatna do warunków przestrzennych. Zatem mniejsza nieruchomość to mniejsze odległości i lepsza czytelność na mniejszych nośnikach reklamy. Ponadto kompozycja pylonu może zapewniać większą czcionkę zamiast wielkiego logo, co będzie spełniało wymogi wspomnianego rozporządzenia. Ponadto przytaczana sytuacja rzeczywista jest niezwykle nietypowym przypadkiem ukształtowania nieruchomości w otoczeniu urbanistycznym, który nie może posłużyć jako przykład uniwersalny.</p>		<p>Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 178) Art. 4. (Sposób uwidaczniania cen towarów i usług) - w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. Zgodnie zaś z § 12 ust. 1 rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług (Dz. U. poz. 2121) - Na stacjach benzynowych ceny paliw uwidacznia się w taki sposób, aby były one czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji, poruszających się po drogach publicznych</p> <p>Mając powyższe regulacje na uwadze chciałbym zwrócić uwagę na cytowany już zapis § 17 ust. 1 lit. a uchwały - Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:</p> <p>liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem § 8 ust. 2: na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m<sup>2</sup> maksymalnie jeden.</p> <p>W sytuacji, gdy wjazd ze stacji może odbywać się z dwóch stron i z dwóch różnych dróg publicznych (jadąc z północy — od strony ul. Aleje Jeruzolimskie i od południa — od ulicy Działkowej lub dalszej części ul. Wiejskiej — konieczne jest umieszczenie przy wjeździe na stację dwóch cenników dla kierowców jadących z dwóch kierunków.</p> <p>Spółka Shell Polska była już przedmiotem postępowań prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ze względu na to, że cenniki nie były widoczne dla kierowców ze wszystkich możliwych wjazdów na stację — czego dowodem może być np. wydany w sprawie Shell Polska (stacja w Rzeszowie ul. Hetmańska) utrzymujący karę pieniężną wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 22 lutego 2019 r. sygn. VI SA/Wa 1892/18 dostępny tu: <a href="https://orzeczenia.nsa.gov.pl/doc/C983A29823">https://orzeczenia.nsa.gov.pl/doc/C983A29823</a></p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--

								<p>W uzasadnieniu Sąd wówczas wskazał, że „kontrolowana w niniejszej sprawie stacja benzynowa prowadzona przez skarżącą, zlokalizowana jest przy skrzyżowaniu dróg publicznych, to jest al. Powstańców Warszawy (w ciągu drogi krajowej nr 94) i Ul. Hetmańskiej w Rzeszowie. Istotnym jest, że wjazd, jak i wyjazd z niej możliwy jest zarówno od al. Powstańców Warszawy, jak i od ul. Hetmańskiej. Skoro przepis § 12 ust. 1 rozporządzeniu Ministra Rozwoju wyraźnie wymaga, aby ceny paliw podane były w taki sposób, aby były one wyraźne i czytelne dla kierowców pojazdów poruszających się po drogach publicznych i zbliżających się do stacji benzynowej, to oczywistym jest, że w przypadku stacji prowadzonej przez skarżącą, winny one być widoczne dla tych kierowców zbliżających się do stacji, którzy poruszają się aleją Powstańców Warszawy, jak i tych kierowców, którzy poruszają się ul. Hetmańską. Tymczasem działania kontrolne przeprowadzone na ww. stacji paliw wykazały, że z uwagi na oddalenie od ul. Hetmańskiej i wielkość czcionki, informacje o cenach paliw umieszczone na pylonie znajdującym się przy budynku stacji, nie były czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji między innymi od strony ul. Hetmańskiej. Kierowcy ci zatem nie mieli zapewnionej żadnej informacji o cenach paliw. Informacje te, umiejscowione na mniejszym pylonie, nie były również widoczne dla kierowców zbliżających się do stacji od al. Powstańców Warszawy.</p> <p>W tej sytuacji wnosimy o uwzględnienie w treści uchwały możliwości posadowienia kilku pylonów cenowych na terenie stacji paliw, niezależnie od jej wielkości, tak, aby były one widoczne z wszystkich stron, z których odbywa się wjazd na stację.</p>
	102.	Wątpliwości dotyczące pojęć tj. „szyld”.			X	Wątpliwości dotyczą rozumienia pojęć ustawowych a nie tych zawartych w projekcie uchwały krajobrazowej.		<p>Dodatkowo część pojęć używanych w uchwale jest niejasna. Przykładowo — uchwała różnicuje elementy reklamowe będące szyldami od nie będących szyldami, odsyłając do definicji szyldu z ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.). Ustawa definiuje szyld jako tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują.</p> <p>Na stacji paliw Shell znajdują się różne elementy reklamowe — w tym flagi reklamowe (np. z napisem Shell V-Power, a więc z nazwą jednego z rodzaju paliw sprzedawanych na stacji). Nie jest jasne, czy do tych flag należy stosować, zgodnie z § 11 uchwały - postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem, zgodnie z pkt 1, czy postanowienia przewidziane w odniesieniu do flag reklamowych, będących szyldami (zgodnie z pkt 2).</p>

	103.	Chęć sytuowania tzw. „winderów” w miejsce flag reklamowych trwale związanych z gruntem.			X	Projekt Uchwały Krajobrazowej odnosi się do pojęcia nieruchomości, nie ograniczając jej ani do pojedynczych działek geodezyjnych, ani do faktycznie zajmowanych przez daną działalność części terenu. Wobec czego należy stosować szyldy adekwatne do powierzchni całej nieruchomości.		Inny przykładowy problem związany z regulacją dotyczącą flag (będących szyldami) – czy Shell jako dzierżawca terenu o pow. 3000 m2 może wystawiać na stacji paliw małe flagi o lekkiej konstrukcji w rodzaju tyczki ze skrzydłem z materiału np. z napisem Shell V-Power, (wysokości ok 2,5 metra) – czy ma stosować przepisy ograniczające stawianie tego typu flag wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m2? Zgodnie z definicją w § 5 pkt 4 uchwały – przez flagę reklamową – należy rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału. Czy zapis ten w intencji projektodawców ma uniemożliwić wystawianie tego rodzaju tyczek reklamowych?
	104.	Wątpliwości dotyczące pojęć tj. „szyld”.			X	Wątpliwości dotyczą rozumienia pojęć ustawowych a nie tych zawartych w projekcie uchwały krajobrazowej.		Podobne uwagi należy poczynić wobec banerów dzielonych na będące szyldami i niebędące - § 9 pkt 1 i 2 uchwały, oraz billboardów (§ 10). Nie jest jasne, czy np. baner z logo Shell i reklamę typu „myjnia gratis” stanowić będzie szyld w rozumieniu przepisów uchwały i jakie przepisy są do niego stosowane.
	105.	Wątpliwości dotyczące wystawiania billboardów na jednej nieruchomości przez dwa podmioty.			X	Zagadnienie jest jednoznaczne na gruncie projektu uchwały krajobrazowej. Postanowienia dotyczą billboardów niezależnie od tego, kto je umieścił na danej nieruchomości (nie mylić z banerami). Kolejność dostosowania jest sprecyzowana w warunkach dostosowania – tu również nie ma pola do interpretacji.		Nie jest jasne, czy billboardy nie będące szyldami mając stać w odległości od siebie 70 m, jeśli są wystawiane przez różne podmioty na tej samej nieruchomości (np. dwóch różnych dzierżawców zajmujących części tych nieruchomości), względnie czy obowiązuje zasada „kto pierwszy ten lepszy” w posadowieniu tego rodzaju banerów.
	106.	Wątpliwości geometryczne.			X	Przedmiotowe urządzenie reklamowe nie jest możliwe do realizacji ani utrzymania w świetle zapisów projektu uchwały krajobrazowej.		Innym przykładem braku pewności co do interpretacji użytych pojęć jest definicja słupa ogłoszeniowo-reklamowego (§ 5 pkt 28 uchwały) – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca. Powstaje pytanie, czy reklamy w postaci brył zbliżonych do walca (reklamy w postaci dużych kubków kawy Costa), ale nie będące ani walcem, ani słupem ogłoszeniowym, są objęte definicją tegoż słupa, czy stosuje się do nich inne przepisy, oraz czy ich wymiary są oceniane zgodnie z § 7 ust. 6) lit. b uchwały - jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
	107.	Wniosek o uwzględnienie większych możliwości reklamowania się w przypadku stacji benzynowych.			X	Nie jest możliwe uwzględnienie uwag, co wykazano w komentarzach. Czytelne informowanie jest możliwe do realizacji przy obecnych postanowieniach, możliwe jest jednak to, że nie będą możliwe do użycia standardowe korporacyjne tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe – jednak prawo jest równe wobec wszystkich i obowiązek dostosowania obejmuje wszystkie podmioty działające w granicach administracyjnych gminy Michałowice.		Mając powyższe na uwadze proszę o uwzględnienie wskazanych regulacji ustawowych dotyczących informowania o cenach na stacjach paliw, rozważenie możliwości doprecyzowania pojęć (w szczególności: nieruchomości i szyld)

Lista z II wyłożenia:

Lp.	Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (lp.)	Treść merytoryczna uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;	Sposób rozpatrzenia Wójta Gminy Michałowice:			Uzasadnienie:	Rozstrzygnięcie Rady Gminy Michałowice o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Wójta Gminy Michałowice	Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym (z wyłączeniem zdjęć oraz nazw własnych):
				Uwzględnienie	Częściowe nieuwzględnienie	Nieuwzględnienie			
31.	Netto Sp. z o.o.	108.	Zmiana dopuszczalnej powierzchni ekspozycyjnej pylonu z 6mkw do 10 mkw			X	Rozważając tę uwagę należy zwrócić uwagę, że dla pylonów obowiązuje sytuowanie zbiorcze – zatem wszystkie działalności sytuowane na nieruchomości muszą umieścić swoje szyldy w ramach takiej konstrukcji i <b>każda z nich</b> posiada wspomniany limit. W związku z powyższym sam obiekt może być większy o ile pojedynczy szyld nie przekroczy tej powierzchni. W przypadku przedmiotowego pylonu jeden szyld zajmuje powierzchnię około 7,5 mkw, kolejne 2,5 to informacja o parkingu oraz kolejne około 2mkw to szyld innej działalności. Nie ma więc widocznej potrzeby zmiany zapisów.		Zmiana postanowień dotyczących gabarytów pylonu wolnostojącego, będącego szyldem: do maksymalnej powierzchni 10 m2
		109.	Dopuszczenie reklamy nie będącej szyldem w witrynach.			X	Zjawisko zaklejania witryn jest bardzo szkodliwym krajobrazowo i społecznie zjawiskiem. Zaburza kompozycję elewacji - niszczy architekturę budynku – oraz uniemożliwia dialog przestrzeni publicznej i prywatnej, która odbywa się właśnie za pośrednictwem witryn. Dopuszcza się jedynie naklejkę, będącą szyldem (prezentującą ofertę nazwę itd. danej działalności) w stopniu tylko częściowo zasłaniającym okna. I tylko takie są obecnie stosowane w oknach sklepu, przesłaniają jednak zbyt dużą powierzchnię witryny, wypełniając całe szklenia.		Uwzględnienie możliwości stosowania reklamy naklejanej niebędącej szyldem w witrynach: - gabaryty: maksymalnie 100% powierzchni otworu okiennego lub drzwiowego,
		110.	Dopuszczenie billboardów na elewacjach – w liczbie 2.			X	Obecnie nie odnotowano sytuowania billboardów nie będących szyldem na elewacji sklepu – każda informacja promująca działalność, która jest umieszczona na tej samej co ta działalność nieruchomości jest szyldem.		Uwzględnienie możliwości stosowania billboardu niebędącego szyldem na elewacji: liczba billboardów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie 2 sztuki. gabaryty: maksymalnie 15m <sup>2</sup> .



							Równocześnie zgodnie z orzecznictwem sądowym nie ma możliwości określania liczby tablic reklamowych nie będących szyldami – liczbę można tylko i wyłącznie określać dla szyldów.		
32.	RESPOL Export - Import Sp. Z O.O.	111.	Prośba o potwierdzenie właściwej interpretacji zapisów – brak oczekiwania konkretnej zmiany w projekcie.			X	Podane w uwadze wartości liczbowe są prawidłowe, należy jednak pamiętać, że oprócz dopuszczonego limitu jest jeszcze szereg innych uwarunkowań. Np. nie dopuszcza się banerów jako szyldów na ogrodzeniu, billboardy z kolei muszą mieć tzw. „standardowe formaty” (podane w projekcie uchwały) oraz być od siebie odsunięte o minimum 70m (w ramach jednej nieruchomości).		Wprowadzono zmianę częściowo: Wnioskowano: 28 na budynku, 1 szyld wolnostojący przy wjeździe, 2 na ogrodzeniu Zmieniono. Zmiana definicji sytuowania zbiorczego i określenie sposobu liczenia szyldów - istniejące szyldy mogą zostać zachowane w przedmiotowym przypadku Wnoskujemy o zwiększenie ilości szyldów wolnostojących do 3 sztuk. Jednocześnie prosimy o potwierdzenie, że łączne oznakowanie na działce Respol xxx: 28 szyldów na budynku, zgodnie z definicją sytuowania zbiorczego, 3 szyldy wolnostojące oraz 2 na ogrodzeniu jest zgodne z projektowaną uchwałą.
		112.	Wniosek o zwiększenie liczby szyldów na budynku.			X	Uwaga musi zostać odrzucona, ze względu na złą interpretację – limit szyldów dotyczy pojedynczej działalności. Jeżeli obecnie jest dopuszczonych 5 szyldów a działalności będzie przez 10 podmiotów, to będą one mogły umieścić 50 szyldów łącznie – przy zachowaniu pozostałych warunków chwały. Nie zawsze limit ten będzie możliwy to wykorzystania w pełni ze względu chociażby na architekturę budynku czy warunki sytuowania. Na urządzeniach automatycznych analogicznie.		Dz. nr xxx - działka do podziału. Działka w drugiej linii od xxx - planowana inwestycja polegająca na budowie nowego obiektu. (...) Wprowadzono zmianę częściowo tj. uwaga nr. 30; Wnioskowano: ilość szyldów - 20 na budynku, 2 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu. Zmieniono limit szyldów w krajobrazie prężności gospodarczej do 5 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu. Wnoskujemy o zwiększenie liczby szyldów do 15 na budynku. Planowana Inwestycja obejmuje kompleks budynków usługowych, które będą użytkowane przez 8-10-ciu podmiotów. Każda z firm będzie potrzebowała przynajmniej 1-2 szyldy z logotypem firmy oraz potrzebny będzie szyld na nazwę własną inwestycji. Dodatkowo wnoskujemy o zwiększenie ilości szyldów na urządzeniu automatycznym lub budowli maksymalnie do 10 znaków towarowych (tyle, ilu jest przewidzianych użytkowników ww. obiektów). Z naszej strony informujemy, iż dołożymy wszelkich starań aby identyfikacja wizualna ww. działki była spójna i tworzyła jednolity wizualnie kompleks poprzez dopasowaną kolorystykę oraz trzymanie się wyznaczonych schematów typograficznych.
33.	McDonald's Polska Sp. z o. o.	113.	Zwolnienie z obowiązku dostosowania dla istniejących reklam, sytuowanych w oparciu o wydane pozwolenie na budowę lub zgłoszenie zamiaru prowadzenia robót budowlanych.			X	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza możliwości zwolnienia z obowiązku dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.		Wnoszę o dodanie postanowienia stanowiącego, że nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale tablice i urządzenia reklamowe, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej zrealizowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia":

		114.	Dopuszczenie 3 szyldów sytuowanych w pasie szyldowym.			X	Dopuszczenie tak dużej liczby prowadzioby do zjawiska nadmiaru szyldów. Warto jednak zwrócić uwagę na zapis: §8 pkt 7 lit. a mówiący o tym, że w przypadku „zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,” są liczone jako 1. Przedmiotowa działalność i jej szyldy spełniają ten warunek.		III. §14 pkt I) lit. b) nadać brzmienie: W pasie szyldowym: maksymalnie trzy na każdej elewacji,
		115.	Dopuszczenie sytuowania wysokiej tabliczki kierunkowej.			X	Zwiększenie wysokości z 0,7 m do 2 m to ponad dwukrotne zwiększenie dopuszczalnego gabarytu. Tabliczki kierunkowe co do zasady mają być stosowane w sytuacjach wyjątkowych, gdy dojazd do nieruchomości jest utrudniony. Warto przy tym zauważyć, że np. pylon o takich gabarytach z napisem „wjazd”, nie posiadający logo firmy nie jest reklamą ani szyldem działalności, ponieważ nie mieści się w zakresie delegacji ustawowej i nie jest regulowany uchwałą.		IV. §26 pkt 2) nadać brzmienie: gabaryty: a) maksymalna wysokość: 2 m, b) maksymalna szerokość: 1, 2 m, c) maksymalna grubość: 0,3 m,
		116.	Rezygnacja z obowiązku stosowania dla pylonów smukłej proporcji oraz sytuowania zbiorczego lub rezygnacja z obowiązku stosowania dla pylonów smukłej proporcji oraz dopuszczenie dowolności w zastosowaniu sytuowania zbiorczego.			X	Uwzględnione w zakresie: Rezygnacji z obowiązku stosowania smukłej proporcji dla totemów. Nieuwzględnione w zakresie: Całkowitej rezygnacji z obowiązku sytuowania zbiorczego. W to miejsce dopuszczono realizację indywidualnych totemów wysokości powyżej 12 m – ze względu na jego potencjalnie rzadkie występowanie.		V. W §27 pkt 2) wykreślić lit. c) i d). lub alternatywnie: §27 pkt 2) wykreślić lit. d), jednocześnie lit. c) nadać brzmienie: dopuszcza się sytuowanie zbiorcze oraz zmienić §6 pkt 35 poprzez wykreślenie z definicji sytuowania zbiorczego słowa obowiązku.
34.	K. Z.	117.	Zmiana granic obszaru Prężności Gospodarczej – zwiększenie o część terenu Opaczy.			X	Znacząca część gminy Michałowice stanowi obszar ograniczonego użytkowania, jednak należy zwrócić uwagę, że teren ten posiada 3 strefy, z czego tylko jedna – Z1 – (najmniejsza i pozbawiona praktycznie ciągów komunikacyjnych a co za tym idzie reklam) posiada ograniczenia, o których mowa w uwadze. Innymi słowy uwzględnienie tej uwagi nie zmieni zbyt wiele w stanie istniejącym, tworzy zaś wyłom w spójnej koncepcji projektu uchwały.		UWAGA DO PROJEKTU „UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ” Po zapoznaniu się z ustaleniami projektu „uchwały krajobrazowej” wnoszę uwagę do powyższego opracowania: uważam, że należy wprowadzić odmienne regulacje dla obszarów stanowiących Obszar Ograniczonego Użytkowania spowodowanego uciążliwością oddziaływania Lotniska Okęcie. Wnoszę o powiększenie tam normatywu tablic reklamowych nie będących szyldami do 12 m kw. , a także likwidacji odległości 70 metrów pomiędzy tablicami. UZASADNIENIE Projektanci, władarze gminni i inne osoby związane z tym projektem chyba nie zauważają, że nasza gmina kończy się praktycznie przy lotnisku Okęcie. Tak od Komorowa to ponad 10 kilometrów .

									<p>Wiąże się to z tym, że znaczny obszar Opaczy i chyba Reguł, jest objęty Obszarem Ograniczonego Użytkowania spowodowanego oddziaływaniem lotniska Okęcie. Nie pamiętam dokładnej nazwy dokumentu, bo sprawa miała miejsce niecałe 20 lat temu. Stąd może nieuwzględnienie tematu przez władzę gminy, która sprawuje swoje obowiązki trochę krócej. Ale gminny architekt (którego spotkałem na prezentacji w styczniu) powinien pamiętać tą sprawę.</p> <p>Informacja dla nieświadomych: na terenie Opaczy można postawić dom mieszkalny, odpowiednio wygłuszony (okna, dachy) pod warunkiem, że zamierzamy prowadzić działalność gospodarczą, czyli budując obok fabrykę. Czyli mieszkańcom i kierowcom korzystającym z objazdów (od wybudowania obwodnicy trochę ich mniej) bardziej przeszkadzają banery i tablice ogłoszeniowe, niż pracujące i hałasujące fabryki i magazyny. Dojeżdżające TIR-y, busy i jeżdżące po podwórkach wózki widłowe, a to wszystko przemieszanie z hukiem młotów, blachy i tłuczonego szkła. Idylla- nieprawdaż.</p> <p>W tym wiejskim krajobrazie na kilku podwórkach, są posadowione tablice reklamowe. W miejscach widocznych, czyli skrzyżowaniach, lub gdy ogrodzenia części domów znacznie odsunęły się od drogi (tworząc otwartą przestrzeń) a następnie wróciły na właściwe miejsce. Często te tablice są posadowione jako dwie obok siebie. Osoba która wymyśliła odległość tablic 70 metrów, chyba zapomniała o takim posadowieniu, czyli tablice nie stoją wzdłuż drogi, ale na końcu drogi.</p> <p>Tablice te moim zdaniem i oczywiście w moim przypadku przekraczają długości 3 na 2 metra, stąd mój wniosek dotyczący powierzchni reklamy do 12 metrów kwadratowych na obszarach objętych Obszarem Ograniczonego Użytkowania. Na Opaczy mamy latające samoloty (nim na łące w</p> <p>Baranowie wbijają pierwszą łopatę, z Okęcia do lotniska w Radomiu ekspresówką będzie można dojechać w godzinę). Mamy ponadto Południową Obwodnicę Warszawy małe fabryki i magazyny (średnio co trzecie podwórko nie licząc zamkniętych osiedli), TIR-y i busy.</p> <p>Na koniec osobista uwaga. Tablice reklamowe to zanikająca forma. Może jeszcze na kilka lat. Bo trafia głównie do emerytów i innych osób nie używających na co dzień nowych technologii. A te niewielkie pieniądze od firm stawiających banery reklamowe wspomagają mieszkańców w szczególności w tym ciężkim okresie. A jednocześnie ciężko zepsuć krajobraz w miejscu, gdzie dominują fabryki i magazyny.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

## UZASADNIENIE

### **do projektu uchwały Rady Gminy Michałowice w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Michałowice obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane**

W dniu 5 sierpnia 2019 r. Rada Gminy Michałowice na podstawie ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r. poz. 503) podjęła uchwałę nr X/116/2019 w sprawie przygotowania projektu uchwały 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.

Uchwała 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 ma na celu uporządkowanie przestrzeni oraz zatrzymanie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego. Uchwała zachowując możliwość estetycznej prezentacji działalności będzie przeciwdziałała nasilającemu się lokalizowaniu w przestrzeni publicznej gminy, w sposób praktycznie dowolny i bez ograniczeń co do wyglądu i ilości, tablic i urządzeń reklamowych.

Jako główne cele tego dokumentu, stanowiącego akt prawa miejscowego, przyjęto dążenie do zachowania krajobrazu kulturowego, wysokiego poziomu jakości życia, a także realizację zasad zrównoważonego rozwoju, w tym ochrony przyrody oraz prawidłowego kształtowania ładu przestrzennego. Idee te znalazły swój wyraz w preambule do postanowień projektu uchwały Rady Gminy. Uchwalenie tego fundamentalnego dokumentu daje szansę na poprawę estetyki naszej gminnej przestrzeni. Da nam realny wpływ na formę i miejsce sytuowania wszechobecnych reklam, pomoże zapobiec dalszemu oszpecaniu krajobrazu gminy. Pozwoli też na zachowanie równowagi w eksponowaniu m.in. reklam i skoncentrowaniu się na istotnych elementach przestrzennych, jakie mają wpływ na ogólny wizerunek gminy oraz próbę przyjęcia systemowych rozwiązań, przeciwdziałających negatywnym zjawiskom degradacji krajobrazu i przestrzeni.

W postanowieniach samej uchwały krajobrazowej stanowiącej załącznik nr 1 do projektu uchwały rady gminy przyjęto podział na dwa podstawowe, różniące się zasadami sytuowania małej architektury, reklam i ogrodzeń, obszary gminy: obszar krajobrazu prężności gospodarczej oraz pozostały obszar gminy, w którym osobne, bardziej restrykcyjne, zasady określono dla Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu.

Projekt uchwały był dwukrotnie wykładany do publicznego wglądu i dwukrotnie Wójt Gminy Michałowice rozpatrzyła uwagi do niego. Lista nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych uwag stanowi załącznik nr 2 do projektu uchwały.

Mając powyższe na uwadze, podjęcie niniejszej uchwały należy uznać za celowe i zasadne.