

**Uchwała Nr/...../.....
Rady Miasta Zakopane
z dnia r.**

**w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych
i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, na terenie Gminy Miasto Zakopane**

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jedn. Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.), Rada Miasta Zakopane uchwala, co następuje:

§ 1.

1. Ustala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Gminy Miasto Zakopane.
2. Uchwała ma na celu przede wszystkim: ochronę unikatowych walorów krajobrazowych Zakopanego, tradycji miejsca, cennych historycznie i kulturowo obiektów i układów urbanistycznych, podniesienie jakości życia w mieście, poszanowanie dobrego sąsiedztwa rozumiane jako przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej i terenów zielonych oraz przeciwdziałanie zawłaszczaniu przestrzeni publicznej – poprzez ograniczenie liczby i gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie Gminy Miasto Zakopane.
3. Granice obszaru objętego uchwałą obejmują teren Gminy Miasto Zakopane w jego granicach administracyjnych, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu. Zmiana terenów zamkniętych nie pociąga za sobą konieczności zmiany uchwały.
4. Ustalenia uchwały obejmują: przepisy ogólne zawarte w dziale I, przepisy szczegółowe zawarte w dziale II, przepisy dostosowujące zawarte w dziale III i przepisy końcowe zawarte w dziale IV.
5. Integralną częścią uchwały jest rozstrzygnięcie Rady Miasta Zakopane o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Zakopane (załącznik nr 1 do uchwały), niestanowiące ustaleń uchwały.

**Dział I
Przepisy ogólne**

§ 2.

1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:
 - 1) **banerze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z miękkich, wiotkich materiałów, takich jak tkanina, tekstylia, papier, folia, PCV lub inne miękkie tworzywo sztuczne;
 - 2) **detalu architektonicznym** – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element architektoniczny elewacji albo ogrodzenia, niebędący oknem, wejściem, ani spoiwem elementów konstrukcyjnych, w szczególności: uskok, ryzalit, naczółek, profil, gzyms, filar, kolumnę, półkolumnę, pilaster, lizenę, blendę, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobną ciesiołkę lub stolarkę, wspornik, wykusz, balkon, balustradę, poręcz, kratę, okiennicę, parapet, obramienie wokół otworu okiennego lub wejściowego, portal, belkowanie, fryz, ornament, boniowanie, płycinę, sgraffito, mozaikę, sztukaterię, a także miejsce zmiany materiału wykończeniowego;

- 3) **elewacji** – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku lub budowli, ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektonicznymi (w tym otworami okiennymi i wejściowymi, skrzydłami okien, drzwi, bram i krat, detalem architektonicznym, attyką), z wyłączeniem dachu; w przypadku obiektu z podcieniami – także podcienia z podporami, jak również zewnętrzne ściany w podcieniach, ze wszystkimi znajdującymi się na nich elementami architektonicznymi;
- 4) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć układ elementów nieposiadających własnego tła, tworzących łącznie powierzchnię ekspozycji reklamy:
 - a) tablicy reklamowej, w postaci płaskich liter lub grafik, w szczególności napisów, znaków, logo lub symboli, najczęściej naklejanych w witrynie, lub
 - b) urządzenia reklamowego, w postaci przestrzennych liter lub grafik (wypukłych lub wklęsłych), w szczególności napisów, znaków, logo lub symboli;
- 5) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one własną niezależną konstrukcję nośną, posadowioną bezpośrednio na gruncie lub terenie utwardzonym;
- 6) **formie zbiorczej** – należy przez to rozumieć jedną tablicę reklamową lub jedno urządzenie reklamowe, dla kilku podmiotów, obiektów lub terenów, albo zwartą kompozycję tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o ujednoliconych wymiarach i usytuowanych w równych odstępach od siebie na wspólnej płaszczyźnie, gdzie każdy element dotyczy innego podmiotu, obiektu lub terenu;
- 7) **funkcjonującej osobowej kolei linowej** – należy przez to rozumieć osobową kolej linową faktycznie eksploatowaną w terenie, zarejestrowaną i posiadającą ważną decyzję zezwalającą na eksploatację, wydaną przez odpowiedni organ dozoru technicznego;
- 8) **instytucji kultury** – należy przez to rozumieć państwowe lub samorządowe instytucje kultury, dla których prowadzenie działalności kulturalnej jest podstawowym celem statutowym, w rozumieniu ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (tekst. jedn. Dz. U. z 2024 r. poz. 87);
- 9) **jaskrawej kolorystyce** – należy przez to rozumieć kolory jaskrawe, refleksyjne, odblaskowe, oślepiające, fluorescencyjne, luminescencyjne, neonowe, rażące, które w sposób zdecydowany wyróżniają się z otaczającej przestrzeni, w szczególności odcienie czerwieni, różu, pomarańcza, żółci, fioleto, niebieskiego, jaskrawe odcienie zieleni;
- 10) **jednym ogrodzeniu** – należy przez to rozumieć całe ogrodzenie wokół nieruchomości;
- 11) **kierunkowskazie reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, wskazujące kierunek do obiektu lub terenu zlokalizowanego w granicach administracyjnych Gminy Miasto Zakopane i zawierające informacje o tym obiekcie lub terenie, w szczególności nazwę, logo, odległość, adres, numer telefonu, adres strony internetowej, hasztag lub piktogramy symbolizujące ofertę;
- 12) **ochronie konserwatorskiej** – należy przez to rozumieć: wpis do Rejestru Zabytków Nieruchomych Województwa Małopolskiego, wpis na Listę Skarbów Dziedzictwa, uznanie za pomnik historii, wpis do Gminnej Ewidencji Zabytków Miasta Zakopane lub objęcie strefą ochrony konserwatorskiej dla obiektów zabytkowych ustaloną w obowiązującym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego;
- 13) **odległości** – należy przez to rozumieć długość linii prostej łączącej punkty, którymi są najbliższe sobie, skrajne elementy obiektów, między którymi mierzona jest ta odległość;
- 14) **ofercie zbycia lub wynajmu** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową zawierającą informację o ofercie zbycia lub wynajmu lokalu, budynku lub nieruchomości, sytuowaną tymczasowo, w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym;
- 15) **ogrodzeniu pełnym** – należy przez to rozumieć mur pełny lub takie ogrodzenie, w którym

- powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do linii ogrodzenia wynosi mniej niż 25% na każdy metr bieżący prześła ogrodzenia, z wyłączeniem murów oporowych;
- 16) **ogródka gastronomicznym** – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do użytkowania dla celów gastronomicznych, wydzielone w przestrzeni zewnętrznej w celu zwiększenia liczby miejsc konsumenckich w lokalu gastronomicznym;
 - 17) **orientacji pionowej** – należy przez to rozumieć taki układ gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym wysokość jest większa od szerokości;
 - 18) **orientacji poziomej** – należy przez to rozumieć taki układ gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym szerokość jest większa od wysokości lub szerokość jest równa wysokości;
 - 19) **osobowej kolei linowej** – należy przez to rozumieć osobowe koleje linowe, o których mowa w § 1 ust. 1 pkt 1 Rozporządzenia Ministra Transportu z dnia 1 czerwca 2006 r. w sprawie warunków technicznych dozoru technicznego w zakresie projektowania, wytwarzania, eksploatacji, naprawy i modernizacji urządzeń transportu linowego (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 1850);
 - 20) **Parku Kulturowym Kotliny Zakopiańskiej** – należy przez to rozumieć park kulturowy pod nazwą „Park Kulturowy Kotliny Zakopiańskiej”, utworzony uchwałą Nr VII/78/2007 Rady Miasta Zakopane z dnia 1 marca 2007 r. (Dz. Urz. Województwa Małopolskiego z dnia 5 kwietnia 2007 r. Nr 245 poz. 1635 z późn. zm.) na obszarze, którego granice określono w załączniku nr 1 do tej uchwały;
 - 21) **Parku Kulturowym obszaru ulicy Krupówki** – należy przez to rozumieć park kulturowy pod nazwą „Park Kulturowy obszaru ulicy Krupówki”, utworzony uchwałą Nr XII/183/2015 Rady Miasta Zakopane z dnia 3 września 2015 r. (Dz. Urz. Województwa Małopolskiego z dnia 15 września 2015 r. poz. 5377 z późn. zm.) na obszarze, którego granice określono w załączniku nr 1 do tej uchwały;
 - 22) **parterze** – należy przez to rozumieć najniższą kondygnację nadziemną budynku, niebędącą suteroną;
 - 23) **połu szyldowym** – należy przez to rozumieć strefę parteru powyżej górnych krawędzi witryn;
 - 24) **powierzchni ekspozycji reklamy** – należy przez to rozumieć powierzchnię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wykorzystywaną do ekspozycji treści reklamowych;
 - 25) **przepisach odrębnych** – należy przez to rozumieć inne obowiązujące przepisy prawa poza niniejszą uchwałą, w szczególności przepisy ustaw wraz z aktami wykonawczymi;
 - 26) **reklamie okolicznościowej na terenie wydarzenia miejskiego** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z wydarzeniem miejskim, na terenie zajęтым pod organizację danego wydarzenia, w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym;
 - 27) **reklamie okolicznościowej promującej wydarzenie miejskie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z wydarzeniem miejskim, w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym, zawierające informacje o danym wydarzeniu, w szczególności nazwę, logo, datę wydarzenia, adres strony internetowej lub hashtag;
 - 28) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z kampanią wyborczą w wyborach powszechnych i referendach uregulowanych w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 2408 z późn. zm.), w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym, zawierające materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują;
 - 29) **sezonie narciarskim** – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 15 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 15 kwietnia następnego roku kalendarzowego;
 - 30) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe,

wolnostojące, nietrwale połączone z podłożem, przenośne, w szczególności w postaci powierzchni połączonych górną krawędzią i rozstawionych w kształcie litery „A” (tzw. „potykacza”), powierzchni rozstawionej na podporze (np. w kształcie odwróconej litery „T”), sztaludze, pulpicie, stelażu itp., a także powierzchni obnoszonej;

- 31) **strefie parteru** – należy przez to rozumieć dolną część elewacji, ograniczoną od góry wyobrażoną linią oddzielającą parter od wyższej kondygnacji, wyznaczoną przez dolną krawędź elementu architektonicznego (w tym detalu architektonicznego) oddzielającego wizualnie kondygnacje, a w przypadku braku takiego elementu – dolną krawędź najniższej położonego elementu architektonicznego wyższej kondygnacji (jak otwór okienny lub wejściowy, płyta balkonowa), z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów; w przypadku obiektów nieposiadających na elewacji żadnych elementów wyróżniających kolejne kondygnacje – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź kondygnacji parteru; w przypadku obiektów parterowych – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź elewacji;
- 32) **Systemie Informacji Miejsko-Turystycznej** – należy przez to rozumieć miejski schemat informacyjny, którego zadaniem jest w szczególności przekazywanie informacji o charakterze miejskim i turystycznym, stanowiący zatwierdzony przez Burmistrza Miasta Zakopane i umieszczony w przestrzeni przez jednostki jemu podległe system nośników spójnych wizualnie i konstrukcyjnie w ramach danej kategorii, jak: oznakowanie ulic i innych terenów komunikacji, oznakowanie lokalizacji, kierunkowskazy, schematy komunikacyjne, mapy, plany, tablice i urządzenia plakatowo-afiszowe oraz informacyjne (zawierające w szczególności informacje: miejskie, turystyczne, komunikacyjne, historyczne, kulturalne, o wydarzeniach), które mogą być uzupełnione treściami reklamowymi;
- 33) **systemie informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego** – należy przez to rozumieć tatrzański schemat informacyjny, którego zadaniem jest w szczególności przekazywanie informacji o Tatrzańskim Parku Narodowym i Tatrach, stanowiący zatwierdzony przez Dyrektora Tatrzańskiego Parku Narodowego i umieszczony w przestrzeni przez jednostki jemu podległe system nośników spójnych wizualnie i konstrukcyjnie w ramach danej kategorii, jak: oznakowanie lokalizacji, kierunkowskazy, szlakowskazy, schematy komunikacyjne, mapy, plany, tablice i urządzenia informacyjne (zawierające w szczególności informacje: turystyczne, komunikacyjne, pogodowe, przyrodnicze, geograficzne, historyczne, kulturalne, o wydarzeniach), które mogą być uzupełnione treściami reklamowymi;
- 34) **terenie dostępnym publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku, pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego;
- 35) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć bankomat, wpłatomat, parkomat, biletomat, infokiosk, automat sprzedający, automat przechowujący przesyłki, punkt ładowania pojazdów elektrycznych, hybrydowych i autobusów zeroemisyjnych, dystrybutor paliw lub stację dostarczającą usługi transportowe (rowery, hulajnogi i urządzenia transportu osobistego);
- 36) **winderze** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, nietrwale połączone z podłożem, przenośne, w postaci powierzchni wykonanej z miękkich, wiotkich materiałów, zamocowanej dłuższą krawędzią na pionowym, najczęściej wygiętym w górnej części, maszcie lub stelażu;
- 37) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług lokalu, w którym prowadzona jest działalność, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia a równoległą do niej wyobrażoną płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeży, a także drzwi do takiego lokalu;
- 38) **wyciągu** lub **przenośniku** – należy przez to rozumieć wyciąg do przemieszczania osób w celach turystyczno-sportowych lub przenośnik o ruchu ciągłym do przemieszczania osób ze sprzętem

narciarskim lub turystycznym, o których mowa w § 1 ust. 1 pkt 3 i 4 Rozporządzenia Ministra Transportu z dnia 1 czerwca 2006 r. w sprawie warunków technicznych dozoru technicznego w zakresie projektowania, wytwarzania, eksploatacji, naprawy i modernizacji urządzeń transportu linowego (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 1850);

- 39) **wydarzeniu miejskim** – należy przez to rozumieć posiadające datę rozpoczęcia i zakończenia przedsięwzięcie sportowe, artystyczno-rozrywkowe, kulturalne lub społeczne, a także imprezę masową w rozumieniu ustawy z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 616), odbywające się na terenie Gminy Miasto Zakopane, na: terenie dostępnym publicznie, terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego, zorganizowanym terenie narciarskim, terenie znaczącego obiektu sportowego lub terenie instytucji kultury;
- 40) **wysokości elewacji** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy elewacji mierzony w osi pionowej szyldu, od poziomu terenu do poziomu górnej krawędzi elewacji;
- 41) **wysokości obiektu małej architektury** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy obiektu małej architektury, mierzony od najniższego poziomu terenu, na którym usytuowany jest ten obiekt, do poziomu najwyższego punktu tego obiektu;
- 42) **wysokości ogrodzenia** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy ogrodzenia, mierzony od poziomu terenu w danym miejscu ogrodzenia do poziomu najwyższego punktu ogrodzenia w tym miejscu;
- 43) **wysokości wolnostojącej tablicy reklamowej lub wysokości wolnostojącego urządzenia reklamowego** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy wolnostojącej tablicy reklamowej lub wolnostojącego urządzenia reklamowego, mierzony od najniższego poziomu terenu, na którym usytuowana jest ta tablica lub usytuowane jest to urządzenie, do poziomu najwyżej położonego punktu tej tablicy lub tego urządzenia;
- 44) **znaczącym obiekcie sportowym** – należy przez to rozumieć: stadion o pojemności min. 250 widzów, halę sportową o powierzchni min. 500 m², salę gimnastyczną o powierzchni min. 400 m², basen pływacki o długości min. 25 m, kort tenisowy o powierzchni min. 200 m², skocznię narciarską o rozmiarze (HS) min. 50 m, lodowisko o długości tafli min. 60 m, tor łyżwiarski owalny o obwodzie min. 400 m lub ścianę wspinaczkową o powierzchni ściany min. 250 m²;
- 45) **zorganizowanym terenie narciarskim** – należy przez to rozumieć zorganizowany teren narciarski, o którym mowa w art. 2 ustawy z dnia 18 sierpnia 2011 r. o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 1154 z późn. zm.).

2. Pozostałe pojęcia użyte w uchwale należy rozumieć zgodnie z obowiązującymi przepisami odrębnymi, w szczególności ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym („reklama”, „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, „szylt”), ustawą Prawo budowlane, rozporządzeniem w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie, lub powszechnie przyjętymi normami i definicjami.

§ 3.

1. W odniesieniu do gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustala się następujące zasady:
 - 1) gabaryty obowiązują łącznie, tj. konieczne jest zachowanie każdego z nich, w zakresie podanych wartości maksymalnych;
 - 2) szerokość, wysokość i grubość (głębokość) tablicy lub urządzenia podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycji reklamy, gdzie szerokość jest wymiarem poziomym mierzonym równolegle do płaszczyzny ekspozycyjnej, wysokość jest wymiarem pionowym, a grubość (głębokość) jest wymiarem poziomym mierzonym prostopadle do płaszczyzny ekspozycyjnej;
 - 3) powierzchnia ekspozycji reklamy jest wyznaczona przez rzut jej skrajnych elementów

na płaszczyznę, a w następujących niestandardowych przypadkach liczona jest jako:

- a) powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach tablicy lub urządzenia – dla tablicy lub urządzenia w formie ażurowej, albo których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
- b) powierzchnia boczna prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach urządzenia – w przypadku większej niż dwie liczby powierzchni ekspozycji reklamy.

2. W odniesieniu do liczby tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustala się następujące zasady:

- 1) obowiązuje łącznie, tj. dotyczy łącznej liczby tablic i urządzeń na danym elemencie architektonicznym, elewacji, obiekcie, urządzeniu lub terenie, chyba, że w tekście uchwały określono inaczej;
- 2) tablica lub urządzenie liczone są jako jeden również w przypadku sytuowania:
 - a) jako elementu w ramach formy zbiorczej,
 - b) wszystkich elementów danego napisu lub nazwy w formie ażurowej,
 - c) powierzchni ekspozycji reklamy skierowanych w różne strony, jeśli zachowują one identyczne gabaryty i wysokość sytuowania.

§ 4.

1. Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych:

- 1) jako ofert zbycia nieruchomości, na nieruchomości której dotyczą, jednak maks. jednej oferty o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1,5 m² na jednej działce ewidencyjnej, nie emitującej światła i nie oświetlonej, na czas nie dłuższy niż 60 dni w ciągu roku kalendarzowego;
- 2) w ramach Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej;
- 3) w ramach systemu informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego;
- 4) płasko, przyległe w witrynie, w formie ażurowej, zawierających wyłącznie informacje na temat godzin otwarcia lokalu, o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,25 m²;
- 5) płasko, przyległe w witrynie, zawierających wyłącznie informacje na temat dokonywania płatności kartami płatniczymi oraz korzystania z innych kart, w szczególności rabatowych, lojalnościowych i wydawanych w ramach programów partnerskich, o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,1 m²;
- 6) płasko, przyległe – namalowanych lub naklejonych – na fabrycznych konstrukcjach zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych: pojazdów samochodowych, przyczep, naczep, lawet i kolejek turystycznych;
- 7) płasko, przyległe – namalowanych lub naklejonych – na fabrycznych konstrukcjach rowerów cargo i wózków rowerowych;
- 8) płasko, przyległe na nośnikach informacyjnych stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych), w postaci logo, nazwy, adresu, adresu strony internetowej lub hasztaga, o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,5 m².

2. Przepisów działu II – rozdział IV – nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych).

Dział II

Przepisy szczegółowe

Rozdział I

OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY

§ 5.

Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale, o ustalonych w nim gabarytach, standardach jakościowych oraz rodzajach materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 6.

Dopuszcza się następującą wysokość obiektów małej architektury:

- 1) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – maks. 6 m;
- 2) pozostałych – maks. 4 m.

§ 7.

1. Nakazuje się sytuowanie obiektów małej architektury w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich.
2. Nakazuje się sytuowanie obiektów małej architektury w sposób nie pogarszający wegetacji drzew i krzewów.
3. Dopuszcza się oświetlenie obiektów małej architektury wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.
4. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane obiekty małej architektury:
 - 1) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;
 - 2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika;
 - 3) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu i ciemnej zieleni;
 - 4) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki;
 - 5) dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3.

Rozdział II

TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE, NIESTANOWIĄCE SZYLDÓW

§ 8.

Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, wyłącznie wymienionych w § 9, na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale, o ustalonych w nim gabarytach, standardach jakościowych oraz rodzajach materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 9.

1. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**:
 - 1) na ścianach w strefie parteru budynków: usługowych, produkcyjnych, składowych i magazynowych, z wyjątkiem ścian licowanych drewnem, kamieniem lub ceramiką:
 - a) płasko na ścianie,
 - b) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m²,
- c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednym budynku: maks. 12 m²;
- 2) na tymczasowych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego:
- a) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia,
 - b) jednostronne lub dwustronne,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 6 m,
 - wysokość maks. 1 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie,
 - d) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na wszystkich ogrodzeniach na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 12 m²;
- 3) na ścianach wiat przystankowych publicznego transportu zbiorowego:
- a) płasko na ścianie wiaty przystankowej,
 - b) jednostronne lub dwustronne,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie,
 - d) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej wiacie przystankowej: maks. 6 m²;
- 4) na urządzeniach automatycznych:
- a) płasko na urządzeniu,
 - b) gabaryty:
 - szerokość maks. 1 m, z wyjątkiem automatów przechowujących przesyłki, dla których maks. 2 m,
 - wysokość maks. 1 m,
 - grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m²;
- 5) na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych:
- a) płasko na pojeździe,
 - b) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 1 m,
 - grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m² na krzesełku i maks. 2 m² na wagonie.

2. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **w formie wolnostojącej:**
- 1) na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego:
 - a) jednostronne lub wielostronne,
 - b) gabaryty dla orientacji poziomej:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie,
 - c) gabaryty dla orientacji pionowej:
 - szerokość maks. 1,25 m,
 - wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 1,25 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie,
 - d) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej nieruchomości lub na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 12 m².
3. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na wyposażeniu ogródków gastronomicznych:**
- 1) płasko na lambrekinach ich zadaszeń, parasoli:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 1 m,
 - wysokość maks. 15 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,15 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym lambrekinie: maks. 0,15 m²;
 - 2) płasko na elementach ich wyposażenia w postaci stołów, ław i krzeseł:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 0,5 m,
 - wysokość maks. 0,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,25 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym elemencie ww. wyposażenia: maks. 0,25 m²;
 - 3) płasko na ich tymczasowych ogrodzeniach:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 0,5 m,
 - wysokość maks. 0,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,25 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym przęśle tymczasowego ogrodzenia: maks. 0,25 m².

4. Dopuszcza się sytuowanie następujących **kierunkowskazów reklamowych**:

- 1) płasko na ścianie w strefie parteru, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1,2 m,
 - b) wysokość:
 - maks. 0,5 m,
 - dla formy zbiorczej maks. 2,5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy:
 - maks. 0,6 m²,
 - dla formy zbiorczej maks. 3 m², w tym maks. 0,6 m² dla jednego obiektu lub terenu,
 - e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym budynku:
 - maks. 1,2 m²,
 - dla formy zbiorczej maks. 3 m²;
- 2) płasko na ogrodzeniu (z wyłączeniem daszku lub zadaszenia), o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1,2 m,
 - b) wysokość:
 - maks. 0,5 m,
 - dla formy zbiorczej maks. 1,5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy:
 - maks. 0,6 m²,
 - dla formy zbiorczej maks. 1,8 m², w tym maks. 0,6 m² dla jednego obiektu lub terenu,
 - e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym ogrodzeniu:
 - maks. 1,2 m²,
 - dla formy zbiorczej maks. 1,8 m²;
- 3) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1,2 m,
 - b) wysokość:
 - maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,5 m,
 - dla formy zbiorczej maks. 3 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy:
 - maks. 0,6 m² po każdej stronie,
 - dla formy zbiorczej maks. 3 m² po każdej stronie, w tym maks. 0,6 m² dla jednego obiektu lub terenu po każdej stronie,
 - e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej na jednej nieruchomości:
 - maks. 1,2 m² dla jednostronnych i maks. 2,4 m² dla dwustronnych,
 - dla formy zbiorczej maks. 3 m² dla jednostronnych i maks. 6 m² dla dwustronnych.

5. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 21 dni przed jego rozpoczęciem i do 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 60 dni w ciągu roku kalendarzowego:

- 1) płasko w witrynie w strefie parteru, o gabarytach:

- a) szerokość maks. 2 m,
- b) wysokość maks. 2 m,
- c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,
- d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m²;
- 2) na słupach oświetlenia – przy zachowaniu skrajnych elementów tablicy lub urządzenia na wysokości maks. 8 m od poziomu terenu pionowo pod tą tablicą lub pod tym urządzeniem, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1 m,
 - b) wysokość maks. 1,5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1,5 m² po każdej stronie;
- 3) w formie naklejanej lub malowanej na podłożu, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1 m,
 - b) wysokość maks. 1 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 0,1 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m²;
- 4) w formie wolnostojącej – na terenach zabudowy i terenach komunikacji ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, jednostronnych lub wielostronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1,25 m,
 - b) wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 4 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1,25 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie.
6. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 7 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 60 dni w ciągu roku kalendarzowego:
 - 1) płasko na elewacji w strefie parteru, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 4 m,
 - b) wysokość maks. 2 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy: 6 m²;
 - 2) płasko na konstrukcji sceny wzniesionej na potrzeby wydarzenia, o gabarytach jak ustalone w pkt 1;
 - 3) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia:
 - a) jednostronne lub dwustronne,
 - b) gabaryty:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 1,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie;
 - 4) na słupach oświetlenia – przy zachowaniu skrajnych elementów tablicy lub urządzenia na wysokości maks. 8 m od poziomu terenu pionowo pod tą tablicą lub pod tym urządzeniem, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 1 m,
 - b) wysokość maks. 1,5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1,5 m² po każdej stronie;

- 5) w formie naklejanej lub malowanej na podłożu, o gabarytach:
 - e) szerokość maks. 1 m,
 - f) wysokość maks. 1 m,
 - g) grubość (głębokość) maks. 0,1 cm,
 - h) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m²;
- 6) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub wielostronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 3 m, z wyjątkiem flag na masztach flagowych i winderów, dla których maks. 1,25 m,
 - b) wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 4,5 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie.
7. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam wyborczych** – na czas nie dłuższy niż od dnia rozpoczęcia agitacji wyborczej do 30 dni po dniu wyborów:
 - 1) płasko na elewacji w strefie parteru, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 2 m,
 - b) wysokość maks. 2 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m²;
 - 2) płasko na ogrodzeniu (z wyłączeniem daszku lub zadaszenia), o gabarytach jak ustalone w pkt 1;
 - 3) w formie wolnostojącej – na terenach zabudowy i terenach komunikacji ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, jednostronnych lub wielostronnych, o gabarytach:
 - a) dla orientacji poziomej:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie;
 - b) dla orientacji pionowej:
 - szerokość maks. 1,2 m,
 - wysokość maks. 2,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 1,2 m,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie.

§ 10.

1. Ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach), z wyłączeniem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych – na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni każdej witryny.
2. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, wyłącznie na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego.
3. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się:
 - 1) sytuowanie w sposób niezasłaniający:
 - a) otworów okiennych i wejściowych, z wyłączeniem tablic i urządzeń dopuszczonych w witrynach,
 - b) detalu architektonicznego,

- c) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia,
 - d) nośników informacyjnych,
 - e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;
- 2) zachowanie odległości ich skrajnych elementów od:
- a) krawędzi: elewacji i ogrodzeń, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. 10 cm,
 - b) skrajnych elementów nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 10 m,
 - c) skrajnych elementów nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) – min. 2 m,
 - d) skrajnych elementów innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – min. 1 m;
- 3) dla sytuowanych płasko – nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane, tzn. skrajne elementy tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie mogą wykraczać poza element obiektu lub urządzenia, na którym są sytuowane.
4. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, sytuowanych płasko na ścianie, dopuszcza się dystansowanie tylnej powierzchni tablicy lub urządzenia od zewnętrznej powierzchni ściany na maks. 10 cm.
5. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, sytuowanych w formie wolnostojącej, nakazuje się:
- 1) zachowanie odległości ich skrajnych elementów od:
- a) skrajnych elementów obiektów budowlanych oraz urządzeń budowlanych i technicznych – min. 2 m,
 - b) brzegów cieków wodnych – min. 5 m,
 - c) skrajnych elementów pomników i innych obiektów lub nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 25 m, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych i reklam wyborczych, dla których min. 10 m,
 - d) skrajnych elementów: nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w formie wolnostojącej – min. 10 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których min. 2,5 m, oraz z wyjątkiem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych, dla których min. 1 m;
- 2) sytuowanie w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich;
- 3) sytuowanie w sposób niepogarszający vegetacji drzew i krzewów;
- 4) sytuowanie w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich.
6. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów:
- 1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;
 - 2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich oraz reklam wyborczych;
 - 3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;
 - 4) przecinających oś podłużną drogi (publicznej, wewnętrznej, rowerowej, pieszo-rowerowej) lub ciągu komunikacyjnego (pieszo-jezdnego, pieszego, szlaku turystycznego), z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;

- 5) na pojazdach samochodowych, przyczepach, naczepach, lawetach, kolejkach turystycznych, rowerach i wózkach rowerowych, z wyjątkiem określonych w § 4 ust. 1 pkt 6 i 7.
7. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w następujących formach:
 - 1) banerów, z wyjątkiem: tablic reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, tablic reklamowych na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych, reklam okolicznościowych i reklam wyborczych;
 - 2) stojaków reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;
 - 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;
 - 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem:
 - a) maks. dwóch urządzeń reklamowych (stanowiących reklamy okolicznościowe na terenie wydarzeń miejskich) na terenie zajęтым pod organizację danego wydarzenia miejskiego,
 - b) maks. jednego urządzenia reklamowego na nieruchomości zabudowanej budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego lub autobusowego, lub budynkiem stacji osobowej kolei linowej – napowietrznej wagonowej lub linowo-terenowej wagonowej.
8. Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie wyłącznie kierunkowskazów reklamowych, przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.
9. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów:
 - 1) nakazuje się wykonywanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;
 - 2) nakazuje się wykonywanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), kompozyt, beton (w tym beton architektoniczny), ceramika, tworzywo sztuczne oraz papier i jego pochodne (dla powierzchni ekspozycji reklamy);
 - 3) dla elementów konstrukcyjnych i zamocowań tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszcza się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu lub ciemnej zieleni;
 - 4) dla elementów konstrukcyjnych i zamocowań tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki.

Rozdział III

SZYLDY

§ 11.

Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, stanowiących szyldy, wyłącznie wymienionych w § 12, na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale, o ustalonych w nim gabarytach oraz liczbie.

§ 12.

1. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach w strefie parteru, równoległe do elewacji**:
 - 1) płasko na ścianach w polu szyldowym:
 - a) na jednym budynku maks. dwa szyldy tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości,
 - b) gabaryty:

- szerokość maks. 8 m,
 - wysokość maks. 1/6 wysokości elewacji w strefie parteru, jednak nie więcej niż 1 m, z wyjątkiem szyldów o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 2 m², dla których maks. 1/4 wysokości elewacji w strefie parteru, jednak nie więcej niż 1,4 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 4 m²;
- 2) płasko w witrynach:
- a) w jednej witrynie maks. jeden szyld tego rodzaju,
 - b) gabaryty:
 - szerokość maks. 6 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m², jednak nie więcej niż 20% powierzchni witryny;
- 3) płasko na ścianach poza polem szyldowym:
- a) na jednym budynku maks. dwa szyldy tego rodzaju,
 - b) skrajne elementy szyldu:
 - na wysokości min. 0,75 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - na wysokości maks. 4 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 3 m²;
 - d) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na fragmentach ścian bez otworów okiennych i wejściowych o szerokości min. 10 m, na budynkach użyteczności publicznej:
 - szerokość maks. 6 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 6 m²;
- 4) płasko na lambrekinach markiz stanowiących zadaszenie witryn – w przypadku niesytuowania szyldów w witrynach, które te markizy zadaszają:
- a) na jednej markizie maks. jeden szyld tego rodzaju,
 - b) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m²;
- 5) podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną:
- a) na jednej elewacji maks. jeden szyld tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości,
 - b) jednostronne,
 - c) skrajne elementy szyldu:
 - na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,
 - d) gabaryty:

- szerokość maks. 6 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,
 - wysokość maks. 1 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 3 m².
2. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach w strefie parteru, prostopadle do elewacji** – przy ograniczeniu ich liczby na jednej elewacji do maks. jednego szyldu dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości:
- 1) na ścianach w polu szyldowym:
 - a) jednostronne lub dwustronne,
 - b) skrajne elementy szyldu:
 - na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - na wysokości maks. 4 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - w odległości maks. 1,25 m od elewacji,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 1,25 m,
 - wysokość maks. 0,6 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,75 m² po każdej stronie;
 - 2) podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną:
 - a) jednostronne lub dwustronne,
 - b) skrajne elementy szyldu:
 - na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 4 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,
 - wysokość maks. 0,75 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 3 m² po każdej stronie.
3. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji**:
- 1) płasko na ścianach, z wyjątkiem ścian budynków mieszkalnych wielorodzinnych:
 - a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju, z wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, na których maks. dwa szyldy tego rodzaju,
 - b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju,
 - c) forma ażurowa,
 - d) gabaryty dla orientacji poziomej:
 - szerokość maks. 15 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 10 m², z wyjątkiem elewacji o wysokości

- powyżej 12 m, dla których maks. 15 m²,
- e) gabaryty dla orientacji pionowej:
- szerokość maks. 1,5 m, jednak nie więcej niż 1/2 wysokości szyldu,
 - wysokość maks. 10 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m², z wyjątkiem elewacji o wysokości powyżej 12 m, dla których maks. 12 m²;
- 2) płasko w witrynach o powierzchni min. 3 m², budynków: usługowych, usługowo-mieszkalnych lub mieszkalno-usługowych:
- a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla każdego lokalu posiadającego taką witrynę,
 - b) w jednej witrynie maks. jeden szyld tego rodzaju,
 - c) forma ażurowa,
 - d) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 2 m,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m², jednak nie więcej niż 50% powierzchni witryny.
4. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach powyżej strefy parteru, prostopadle do elewacji**: na ścianach budynków użyteczności publicznej:
- 1) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju,
 - 2) jednostronny lub dwustronny,
 - 3) skrajne elementy szyldu:
 - a) na wysokości min. 3 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - b) na wysokości maks. 10 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - c) w odległości maks. 1 m od elewacji,
 - 4) gabaryty:
 - a) szerokość maks. 1 m, jednak nie więcej niż 1/2 wysokości szyldu,
 - b) wysokość maks. 3 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie.
5. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na ogrodzeniach** – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch szyldów na jednym ogrodzeniu:
- 1) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 2 m,
 - wysokość maks. 1,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m²,
 - b) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na ogrodzeniach budynków użyteczności publicznej oraz na ogrodzeniach znaczących obiektów sportowych:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 1,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m²;

- 2) podwieszonych pod górną częścią bramy lub furtki:
 - a) forma ażurowa,
 - b) skrajne elementy szyldu:
 - na wysokości min. 2,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - na wysokości maks. 5,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - c) gabaryty:
 - szerokość maks. 5 m,
 - wysokość maks. 1 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 3 m².
6. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych:**
 - 1) na jednym obiekcie maks. dwa szyldy;
 - 2) płasko na obiekcie;
 - 3) skrajne elementy szyldu:
 - a) na wysokości min. 0,75 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,
 - b) na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem;
 - 4) zakaz sytuowania szyldów na dachach i zadaszeniach, z wyjątkiem szyldów na lambrekinach markiz i parasoli oraz na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów;
 - 5) dopuszczenie podwieszenia maks. jednego szyldu pod krawędzią dachu lub zadaszenia, równoległe do obiektu, przy zachowaniu jego skrajnych elementów na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem oraz w odległości maksymalnej od konstrukcji obiektu nieprzekraczającej odległości krawędzi dachu lub zadaszenia;
 - 6) gabaryty:
 - a) szerokość maks. 2 m,
 - b) wysokość maks. 1 m, z wyjątkiem szyldów na lambrekinach markiz i parasoli, dla których maks. 25 cm,
 - c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1 m².
 - 7) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw, sytuowanych na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów lub podwieszonych pod krawędzią dachu lub zadaszenia:
 - a) szerokość maks. 5 m,
 - b) wysokość maks. 1 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 15 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m².
7. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na urządzeniach automatycznych:**
 - 1) płasko na urządzeniu,
 - 2) gabaryty:
 - a) szerokość maks. 1 m, z wyjątkiem automatów przechowujących przesyłki, dla których maks. 2 m,
 - b) wysokość maks. 1 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - 3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m².

8. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych**:
- 1) płasko na pojeździe,
 - 2) gabaryty:
 - a) szerokość maks. 2 m,
 - b) wysokość maks. 1 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,
 - 3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m² na krzesełku i maks. 2 m² na wagonie.
9. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **w formie wolnostojącej**:
- 1) na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw lub restauracja o powierzchni użytkowej min. 250 m² umożliwiające zakup bezpośrednio z samochodu, lub budynek użyteczności publicznej pełniący funkcję handlową o powierzchni sprzedaży min. 1000 m²:
 - a) na jednej nieruchomości maks. dwa szyldy;
 - b) jednostronne lub wielostronne,
 - c) gabaryty dla orientacji poziomej:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie,
 - d) gabaryty dla orientacji pionowej:
 - szerokość maks. 1,5 m,
 - wysokość maks. 5 m, z wyjątkiem szyldów o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 1 m² po jednej stronie i 2 m² łącznie, dla których maks. 8 m,
 - grubość (głębokość) maks. 0,5 m, z wyjątkiem szyldów o wysokości nieprzekraczającej 3 m, dla których maks. 1,5 m, oraz z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m² po każdej stronie i maks. 15 m² łącznie;
 - 2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych:
 - a) na jednej nieruchomości maks. jeden szyld;
 - b) jednostronny lub wielostronny,
 - c) gabaryty dla orientacji poziomej:
 - szerokość maks. 3 m,
 - wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 25 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 4,5 m² po każdej stronie i maks. 9 m² łącznie,
 - d) gabaryty dla orientacji pionowej:
 - szerokość maks. 1,25 m,
 - wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 1,25 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m² po każdej stronie i maks. 12 m² łącznie.

10. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na wyposażeniu ogródków gastronomicznych**:

- 1) płasko na lambrekinach ich zadaszeń, parasoli:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 1 m,
 - wysokość maks. 15 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,15 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym lambrekinie: maks. 0,15 m²;
- 2) płasko na elementach ich wyposażenia w postaci stołów, ław i krzeseł:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 0,5 m,
 - wysokość maks. 0,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,25 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym elemencie ww. wyposażenia: maks. 0,25 m²;
- 3) płasko na pozostałych elementach ich wyposażenia – przy ograniczeniu ich liczby do maks. trzech szyldów tego rodzaju na terenie jednego ogródka gastronomicznego, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 0,75 m,
 - b) wysokość maks. 1 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,5 m²;
- 4) płasko na ich tymczasowych ogrodzeniach:
 - a) gabaryty:
 - szerokość maks. 0,5 m,
 - wysokość maks. 0,5 m,
 - grubość (głębokość) maks. 5 cm,
 - powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,25 m²,
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym prześle tymczasowego ogrodzenia: maks. 0,25 m²;
- 5) w formie wolnostojącej – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch szyldów tego rodzaju na terenie jednego ogródka gastronomicznego, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:
 - a) szerokość maks. 0,75 m,
 - b) wysokość maks. 1 m, z wyjątkiem sztalug reklamowych, dla których maks. 1,5 m,
 - c) grubość (głębokość) maks. 5 cm, a w przypadku stojaka reklamowego maks. 1 m w jego dolnej części po rozstawieniu,
 - d) powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,75 m² po każdej stronie.

§ 13.

1. Dopuszcza się sytuowanie maks. pięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości, przy uwzględnieniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na ich poszczególne rodzaje przepisami § 12.
2. Ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym niestanowiących szyldów) sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach), z wyłączeniem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych – na maks. 20%

powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni każdej witryny.

3. Dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego.
4. Dla szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się:
 - 1) sytuowanie w sposób niezasłaniający:
 - a) otworów okiennych i wejściowych, z wyłączeniem szyldów dopuszczonych w witrynach,
 - b) detalu architektonicznego, z wyłączeniem szyldów w formie ażurowej na boniowaniu,
 - c) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia,
 - d) nośników informacyjnych,
 - e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;
 - 2) zachowanie odległości ich skrajnych elementów od:
 - a) krawędzi: elewacji, ogrodzeń i konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. 10 cm,
 - b) skrajnych elementów nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 5 m,
 - c) skrajnych elementów nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) – min. 0,5 m,
 - d) skrajnych elementów innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - stanowiących szyldy – min. 25 cm,
 - niestanowiących szyldów – min. 1 m;
 - 3) dla sytuowanych w polu szyldowym – ich sytuowanie w ramach poziomego rzędu, z wyrównaniem do jednej wyobrażonej poziomej linii prostej;
 - 4) dla sytuowanych w witrynach w strefie parteru – ich sytuowanie w górnej części witryny;
 - 5) dla sytuowanych płasko – nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane, tzn. skrajne elementy szyldu nie mogą wykraczać poza element obiektu lub urządzenia, na którym są sytuowane;
 - 6) dla sytuowanych na obiektach objętych ochroną konserwatorską i nieruchomościach zabudowanych takim obiektem – dopasowanie do architektury i charakteru obiektu oraz wkomponowanie w jego bryłę, w szczególności poprzez stosowanie formy ażurowej.
5. Dla szyldów sytuowanych płasko na ścianie dopuszcza się dystansowanie tylnej powierzchni szyldu od zewnętrznej powierzchni ściany na maks. 10 cm.
6. Dla szyldów sytuowanych w formie wolnostojącej, nakazuje się:
 - 1) zachowanie odległości ich skrajnych elementów od:
 - a) skrajnych elementów obiektów budowlanych oraz urządzeń budowlanych i technicznych – min. 1 m,
 - b) brzegów cieków wodnych – min. 2 m,
 - c) skrajnych elementów pomników i innych obiektów lub nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 10 m,
 - d) skrajnych elementów: nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w formie wolnostojącej – min. 5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których min. 2,5 m;
 - 2) sytuowanie w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich;
 - 3) sytuowanie w sposób niepogarszający vegetacji drzew i krzewów;
 - 4) sytuowanie w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram.
7. Zakazuje się sytuowania szyldów w następujących formach:
 - 1) banerów;

- 2) stojaków reklamowych, z wyjątkiem wyposażenia ogródków gastronomicznych;
 - 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych;
 - 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem:
 - a) cenników,
 - b) rozkładów jazdy,
 - c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych,
 - d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej – napowietrznej wagonowej lub linowo-terenowej wagonowej.
8. Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie sztyldów wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.

Rozdział IV OGRODZENIA

§ 14.

Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie ogrodzeń wymienionych w § 15, na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale, o ustalonych w nim gabarytach, standardach jakościowych oraz rodzajach materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 15.

1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia następujących terenów:
 - 1) terenów zabudowy: mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej i techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów), ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego;
 - 2) nieruchomości zabudowanych budynkiem: mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, składowym lub magazynowym, zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego;
 - 3) składowisk odpadów komunalnych;
 - 4) oczyszczalni ścieków komunalnych;
 - 5) cmentarzy komunalnych i wyznaniowych;
 - 6) rodzinnych ogrodów działkowych, w rozumieniu ustawy z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych (tekst jedn. Dz. U. z 2021 r. poz. 1073);
 - 7) znaczących obiektów sportowych;
 - 8) zlokalizowanych na terenach dostępnych publicznie: placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych.
2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb:
 - 1) grodzenia terenów robót budowlanych – na czas wykonywania robót budowlanych;
 - 2) koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego;
 - 3) grodzenia upraw leśnych na terenach lasów publicznych;
 - 4) organizacji i bezpieczeństwa ruchu turystycznego i narciarskiego oraz ochrony przed dzikimi zwierzętami – na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego;
 - 5) grodzenia terenów targowisk – na czas trwania targowiska oraz dodatkowo do 2 dni przed jego rozpoczęciem i do 2 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 7 dni łącznie;
 - 6) organizacji wydarzeń miejskich – na czas trwania wydarzenia oraz dodatkowo do 3 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 14 dni łącznie;
 - 7) organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich – w trakcie sezonu narciarskiego

lub w okresie funkcjonowania wyciągu lub przenośnika na danym terenie;

- 8) organizacji ogródków gastronomicznych – w trakcie sezonu letniego.
3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń:
 - 1) określonych w ust. 1 pkt 7 stanowiących piłkochwyty – maks. 6 m;
 - 2) określonych w ust. 1 pkt 1 dla terenów zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, w ust. 1 pkt 2 dla budynków mieszkalnych wielorodzinnych oraz w ust. 2 pkt 2, 5 i 7 – maks. 1,2 m;
 - 3) określonych w ust. 2 pkt 8 – maks. 0,9 m;
 - 4) pozostałych – maks. 2,2 m.
4. Dopuszcza się większą wysokość dla zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie, jednak maks. 5 m dla bram i maks. 3,5 m dla furtek i śmietników.
5. Dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) ogrodzeń od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 0,5 m.
6. Dla ogrodzeń terenów o nachyleniu powyżej 10% mierzoną w linii ogrodzenia, dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 1,0 m w najniższym punkcie terenu i maks. 0,5 m w najwyższym punkcie terenu, na którym usytuowane jest ogrodzenie.

§ 16.

1. Nakazuje się sytuowanie ogrodzeń w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich.
2. Zakazuje się sytuowania dopuszczonych uchwałą ogrodzeń jako ogrodzeń pełnych, z wyjątkiem: ogrodzeń tymczasowych określonych w § 15 ust. 2 pkt 1 i 6 oraz ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej.
3. Dopuszcza się kształtowanie dopuszczonych uchwałą ogrodzeń w postaci żywopłotów lub uzupełnianie ogrodzeń zielenią, w postaci żywopłotów, pnączy lub krzewów, w gatunkach rodzimych dla Tatr i Podhala.
4. Dopuszcza się oświetlenie ogrodzeń wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.
5. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia:
 - 1) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;
 - 2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu;
 - 3) dopuszcza się stosowanie betonu (z wyjątkiem prefabrykowanych betonowych i żelbetonowych przęseł i ich elementów) lub cegły – wyłącznie do wykonywania murków fundamentowych (cokołów) i słupów między przęsłowych;
 - 4) dopuszcza się stosowanie prefabrykowanych betonowych i żelbetonowych przęseł i ich elementów oraz blach fałdowych, w tym falistych i trapezowych – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 15 ust. 2 pkt 1;
 - 5) dopuszcza się stosowanie blachy płaskiej – wyłącznie dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie;
 - 6) dopuszcza się stosowanie tworzyw sztucznych – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 15 ust. 2 pkt 4, 6 i 7;
 - 7) dopuszcza się stosowanie fladr – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 15 ust. 2 pkt 1-7;
 - 8) dopuszcza się stosowanie tzw. pastuchów elektrycznych, w postaci taśmy, plecionki lub drutu – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 15 ust. 2 pkt 2 oraz w § 15 ust. 2 pkt 4

w zakresie ochrony przed dzikimi zwierzętami;

- 9) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowania kolorystyki w odcieniach czerni, grafitu, szarości i ciemnego brązu;
- 10) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki;
- 11) dla ogrodzeń określonych w § 15 ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki.

Dział III

Przepisy dostosowujące

§ 17.

Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem:

- 1) obiektów małej architektury:
 - a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych,
 - b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,
 - c) objętych ochroną konserwatorską,
 - d) kultu religijnego,
 - e) posągów, fontann, wodotrysków,
 - f) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych– które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale;
- 2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych – dla których termin dostosowania wynosi 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały;
- 3) ogrodzeń:
 - a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych,
 - b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,
 - c) objętych ochroną konserwatorską– dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.

§ 18.

1. Warunkiem dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą – jest spełnienie wymogów ustalonych przepisami uchwały, poprzez:
 - 1) usunięcie elementów niezgodnych z przepisami uchwały;
 - 2) zmianę usytuowania na zgodne z przepisami uchwały;
 - 3) zmianę formy, gabarytów, standardów jakościowych, rodzaju materiałów budowlanych, natężenia lub koloru światła użytego do oświetlenia – na zgodne z przepisami uchwały.
2. Ustala się następujące szczegółowe warunki dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą:

- 1) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały dotyczy wzajemnych relacji między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi – pierwszeństwa dostosowania do przepisów uchwały wymagają tablice reklamowe i urządzenia reklamowe według następującej kolejności:
 - a) niespełniające innych zasad i warunków określonych przepisami uchwały,
 - b) niestanowiące sztyldów,
 - c) niestanowiące kierunkowskazów reklamowych,
 - d) o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
 - e) o większych pozostałych gabarytach, w kolejności: wysokość, grubość (głębokość), szerokość, wysokość powierzchni ekspozycji reklamy;
- 2) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały wynika z pojawienia się w przestrzeni, po wejściu w życie uchwały, nowego elementu, od którego przepisy uchwały nakazują zachowanie odległości minimalnej, w postaci: obiektu budowlanego, urządzenia budowlanego lub technicznego, pomnika lub innego obiektu lub nośnika (w tym tablicy) trwale upamiętniającego osobę, instytucję lub wydarzenie, nośnika Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej, nośnika systemu informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego, lub innego nośnika informacyjnego (w tym tablicy lub znaku) usytuowanego na podstawie przepisów odrębnych – w odległości mniejszej niż dopuszczalna – termin dostosowania wynosi 12 miesięcy od dnia oddania do użytkowania tego nowego elementu;
- 3) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych objętych ochroną konserwatorską lub tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie ażurowej o udokumentowanym istnieniu przed 1989 r. – obowiązek dostosowania nie występuje.
3. W przypadku, gdy zgodnie z przepisami uchwały dopuszczalne byłoby usytuowanie w tym samym miejscu różnych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, to uznaje się wcześniejsze usytuowanie danej tablicy reklamowej lub danego urządzenia reklamowego za zgodne z przepisami uchwały, o ile zostały spełnione inne wymogi, określone przepisami odrębnymi.
4. W przypadku obowiązku usunięcia elementu niezgodnego z przepisami uchwały – nakazuje się również usunięcie wszelkich elementów konstrukcyjnych i zamocowań oraz doprowadzenie powierzchni do stanu spójnego z otoczeniem, m.in. poprzez usunięcie śladów konstrukcji i zamocowań.

Dział IV

Przepisy końcowe

§ 19.

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

Przewodniczący Rady Miasta Zakopane