

UCHWAŁA NR.....
RADY MIASTA SOPOTU
z dnia

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

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t. j. Dz.U. z 2017 poz. 1073 zmiany: Dz. U. z 2017 r. poz. 1566) oraz art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1875 zmiany: Dz.U. z 2017 r. poz. 2232, Dz.U. z 2018 r. poz. 130), Rada Miasta Sopotu uchwala, co następuje:

§ 1

1. Uchwala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Sopotu obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.
2. Uchwała, o której mowa w ust. 1 dotyczy całej Gminy Miasta Sopotu (zwanej dalej „miastem”), z wyłączeniem terenów zamkniętych, położonych na terenie działki nr 28/1, arkusz mapy 5.
3. Niniejsza uchwała składa się z następujących rozdziałów:
 - 1) ustalenia ogólne;
 - 2) ustalenia dla obszaru całego miasta;
 - 3) ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów dla obszaru całego miasta;
 - 4) ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, dla poszczególnych obszarów: strukturalnych od A do H, indywidualnej promocji w częściach od a do m, wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego;
 - 5) ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń;
 - 6) przepisy przejściowe;
 - 7) przepisy końcowe.

§ 2

1. Uchwała obejmuje ustalenia zawarte w treści uchwały oraz w części graficznej składającej się z:
 - 1) rysunku stanowiącego załącznik nr 1 do uchwały;
 - 2) rysunków szczegółowych stanowiących załączniki od nr 1a do nr 1m do uchwały.
2. Integralną częścią niniejszej uchwały jest rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, niebędące ustaleniami uchwały, stanowiące załącznik nr 2 do uchwały.

§ 3

Celem niniejszej uchwały jest uporządkowanie środowiska wizualnego w mieście i ustalenie zasad i warunków sytuowania:

- 1) obiektów małej architektury,
 - 2) tablic reklamowych, urządzeń reklamowych,
 - 3) ogrodzeń,
- ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Rozdział 1

Ustalenia ogólne

§ 4

W celu odniesienia ustaleń uchwały do struktury przestrzennej miasta ustala się między innymi w nawiązaniu do stref ochrony konserwatorskiej określonych w decyzji o wpisie do rejestru zabytków województwa pomorskiego układu urbanistyczno-krajobrazowego miasta Sopotu – nr rej. 936 (decyzja z 12.02.1079 r., d. nr rej. 771), podział miasta na następujące obszary:

- 1) osiem obszarów strukturalnych, oznaczonych następującymi symbolami:
 - a) *reprezentacyjnej przestrzeni w historycznym śródmieściu – A*; obszar znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A - restauracji urbanistycznej; granice obszaru przebiegają: od północnego wschodu wzdłuż Alei Franciszka Mamuszki, Skweru Kuracyjnego, Alei Wojska Polskiego do Skweru Bowiena, następnie od południowego wschodu do ul. Ogrodowej, następnie wzdłuż parkingu i ul. Gen. Kazimierza Pułaskiego do ul. Jana Sobieskiego i wzdłuż tej ulicy do przedłużenia ul. Władysława IV w poprzek skarpy, a następnie wzdłuż ul. Władysława IV do ul. Kościuszki, następnie od południa wzdłuż ul. Kościuszki do ul. Marynarzy do terenów kolejowych, następnie wzdłuż terenów kolejowych do wąwozu, następnie od północnego zachodu wzdłuż wąwozu i ul. Aleksandra Majkowskiego do ul. Powstańców Warszawy i wzdłuż tej ulicy do granicy z Parkiem Północnym i wzdłuż, do Alei Franciszka Mamuszki,
 - b) *historycznej przestrzeni miejskiej – B*; obszar znajduje się w granicach stref ochrony konserwatorskiej: A – konserwacji i restauracji urbanistycznej, B - ograniczenia gabarytu; obszar składa się z trzech części:
 - części północnej granice przebiegają ulicami: Powstańców Warszawy, Majkowskiego do terenów kolejowych i wzdłuż terenów kolejowych do ul. Jana Goyki, następnie ulicą Jana Jerzego Haffnera,
 - części południowej granice przebiegają ulicami: Aleją Wojska Polskiego, Na Wydmach, Bitwy Pod Płowcami, 3. Maja do terenów kolejowych i wzdłuż nich do ul. Tadeusza Kościuszki, następnie ul. Władysława IV i jej przedłużeniu w poprzek skarpy do ul. Sobieskiego, następnie ul. Sobieskiego do ul. Pułaskiego i na przedłużeniu tej ulicy do Skweru Bowiena i do Alei Wojska Polskiego,
 - części zachodniej granice przebiegają ulicami: Aleją Niepodległości, Armii Krajowej, Gen. Władysława Sikorskiego,
 - c) *strefy administracji i biznesu – C*; obszar znajduje się w granicach stref ochrony konserwatorskiej: A – restauracji urbanistycznej, B – ograniczenia gabarytu

i ochrony krajobrazu; obszar składa się z fragmentów terenów zlokalizowanych po obu stronach Alei Niepodległości i ul. Rzemieślniczej:

- po wschodniej stronie Alei Niepodległości, między Aleją Niepodległości a terenami kolejowymi,
- po zachodniej stronie Alei Niepodległości; granice obszaru przebiegają wzdłuż Alei Niepodległości do ul. Gen Władysława Sikorskiego, następnie wzdłuż terenów Uniwersytetu Gdańskiego do ul. Armii Krajowej i wzdłuż tej ulicy do Alei Niepodległości oraz w zakresie obejmującym tereny po obu stronach przystanku SKM Sopot Kamienny Potok wzdłuż terenów kolejowych do granicy administracyjnej miasta,

d) *tonowania reklam w strefie mieszkaniowej – D*; obszar znajduje się w granicach stref ochrony konserwatorskiej: A – restauracji urbanistycznej, B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu; obszar składa się z trzech głównych lokalizacji zabudowy mieszkaniowej zlokalizowanych:

- w górnym Sopocie na zachód od Alei Niepodległości i ul. Armii Krajowej w bezpośrednim sąsiedztwie obszaru leśnego,
- w Dolnym Sopocie na wysokości przystanku SKM Sopot Wyścigi między terenami kolejowymi ulicami 3. Maja, Bitwy pod Płowcami, Polną granicą Sopockich Błoni, ogródków działkowych, hipodromu, następnie ul. Polną do terenów kolejowych,
- w Dolnym Sopocie przy południowo wschodniej granicy z Gdańskiem,

e) *ekspozycji walorów przestrzeni rekreacyjno-uzdrowiskowych – E*; obszar znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu; obszar składa się z dwóch fragmentów terenów zlokalizowanych przy granicy administracyjnej miasta od strony Gdyni i od strony Gdańska:

- obszar przy granicy miasta od strony Gdyni położony jest między rzeką Sweliną, krawędzią klifu, ul. Powstańców Warszawy i na jej przedłużeniu do Alei Niepodległości,
- obszar przy granicy miasta od strony Gdańska położony jest między Aleją Wojska Polskiego, granicą administracyjną miasta, granicą ochrony ujęcia wody „Bitwy Pod Płowcami”, ulicami Polną, Bitwy Pod Płowcami i Na Wydmach,

f) *promocji w przestrzeniach rekreacyjno-sportowych – F*; obszar znajduje się w granicach stref ochrony konserwatorskiej: A – konserwacji i restauracji urbanistycznej, B – ochrony krajobrazu; obszar składa się z trzech fragmentów terenów zlokalizowanych w północno wschodniej i w południowo wschodniej części miasta:

- w północno wschodniej części miasta obszar obejmuje:
 - Park Północny wraz z klifem nadmorskim,
 - tereny przyległe od wschodu to terenów kolejowych ograniczone od północy ul. Młyńską, od wschodu ul. Jana Jerzego Haffnera i ul. Jana Winieckiego, od południa ul. Jakuba Goyki,

- w południowo wschodniej części miasta obejmuje strefę ochrony ujęcia wody „Bitwy Pod Płowcami, „Błonia” i ogródki działkowe przy ul. Władysława Łokietka,

- g) *promocji w strefie plaż* – **G**; obszar znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ochrony krajobrazu; obszar obejmuje sopockie plaże na całej długości, między brzegiem morskim a Aleją Wojska Polskiego i Aleją Franciszka Mamuszki,
 - h) *ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej* – **H**; obszar znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu; obszar obejmuje sopockie lasy;
- 2) *obszar indywidualnej promocji* - to przestrzenie o ponadlokalnej reprezentacyjnej randze. Ich położenie zostało przedstawione na załączniku graficznym nr 1 do uchwały i na załącznikach graficznych od 1a do 1m do uchwały, wykonanych na tle fragmentów mapy ewidencyjnej i opisanych, jako:
- a) **Aquapark Sopot** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 7/8, 7/28, 17, 18, arkusz mapy 4, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu,
 - b) **Skansen Archeologiczny – Grodzisko** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne: nr 2/1, część działki nr 2/2, arkusz mapy 15, nr 45, 35/23, 35/32, 35/33, 35/34, arkusz mapy 14, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A – krajobrazu kulturowego,
 - c) **teren kortów tenisowych** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne: nr 24/2, 25/1, 25/3, 39/4, 39/16, 39/7, 39/9, 39/11, 39/13, 39/14, 39/15, 32/3, 34/2, 47, 36, 37/1, 37/2, 37/3, 37/4, arkusz mapy 15, nr 6/4, 5/1, 5/2, 5/3, arkusz mapy 24, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A – restauracji urbanistycznej,
 - d) **teatr** – obszar, obejmujący części działek ewidencyjnych: nr 1/4, 1/7, 1/9, arkusz mapy 24, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ochrony krajobrazu,
 - e) **Skwer Kuracyjny i Molo** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne: nr 108/6, 108/7, 108/8, 108/9, 108/10, 108/11, 1/5, 3/11, arkusz mapy 24, znajduje się w granicach stref ochrony konserwatorskiej: A – konserwacji urbanistycznej, B – ochrony krajobrazu,
 - f) **Plac Przyjaciół Sopotu, Plac Zdrojowy, Plac** zwany w uchwale **Placem Jasia Rybaka** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne: nr 125/3, 25, 26, 3/31, 3/32, 3/33, 3/44, 88/4, części działek nr 4/1, 3/26, 3/43, 192/4, arkusz mapy 24, nr 19/1, 198/3, 198/10, 102/1, 240/2, 240/5, 240/6, 240/8, 240/10, 240/15, 240/16, 240/17, 240/18, część działki nr 202/3, arkusz mapy 25, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A – restauracji urbanistycznej,
 - g) **Opera Leśna** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 7, 9/3, 9/4, 9/11, arkusz mapy 21, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu,
 - h) **Stadion Leśny** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 12/1, 32/3, 32/5, 34, części działek nr 24/3, 33/12, arkusz mapy 29, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu,
 - i) **Hipodrom Sopot - tor wyścigów konnych** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne: nr 1/2, 1/4, 2, 3, arkusz mapy 40, nr 1/5, 1/7, 1/9, 2, 4/11, 4/14, 5/9, 5/13, arkusz mapy 46, nr 57, 8/2, arkusz mapy 39, nr 84/5, 83/9, 88/8, arkusz mapy

- 41, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ochrony krajobrazu,
- j) **hala widowiskowo-sportowa** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 2/6, 2/7, 2/11, 2/12, 4, 5, 6/1, arkusz mapy 45, znajduje się na granicy Gdańska i Sopotu,
 - k) **Muzeum Miasta Sopotu** – obszar, obejmujący działkę ewidencyjną nr 152 arkusz mapy 32, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A – restauracji urbanistycznej,
 - l) **dworzec Sopot** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 63/11, 119/13, 119/14, 119/15, 119/17, 149/2, 151/1, 151/2, 155/2, arkusz mapy 26, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej A – konserwacji urbanistycznej,
 - m) **stadion rugby** – obszar, obejmujący działki ewidencyjne nr 76/20, 79/7, 121/3, 127, 128, arkusz mapy 35, znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu;
- 3) obszar wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego:
- a) ulic: Bohaterów Monte Cassino, 1.Maja, Jana Jerzego Haffnera, Powstańców Warszawy, Grunwaldzka, Bitwy pod Płowcami, Polna, Władysława Łokietka,
 - b) Alei Niepodległości,
 - c) terenów kolejowych.

Rozdział 2

Ustalenia dla całego obszaru miasta

§ 5

Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż ustalone niniejszą uchwałą, chyba że ich sytuowanie zostało określone w przepisach odrębnych.

§ 6

1. Pojęcia użyte w uchwale zdefiniowane w innych przepisach to: obiekt małej architektury, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld.
2. Pojęcia użyte w uchwale oznaczają:
 - 1) ażurowe ogrodzenia – ogrodzenia z elementów przeziernych, tworzących wzór lub rytm z otworów zajmujących co najmniej 25% powierzchni jednego przęsła w ogrodzeniu; do przezierności nie wlicza się elementów konstrukcyjnych ogrodzenia takich jak części wystającej fundamentów i słupów, na których zawieszane są przęsła;
 - 2) baner – tylko jako reklama okolicznościowa: tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, na podłożu tekstylnym lub innym materiale z tworzywa sztucznego, o formacie nie większym niż duży, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy;
 - 3) baner sprzedaży nieruchomości - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe na podłożu tekstylnym lub innym materiale z tworzywa sztucznego, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy, sytuowany tylko na terenie nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące;
 - 4) billboard – tablica reklamowa o formacie wielkim, wolno stojąca o łącznej wysokości do 7 m;
 - 5) citylight – podświetlona, oszklona tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o wymiennej ekspozycji, o standardowym rozmiarze mieszczącym tablicę reklamową, zawierającym się w formacie średnim; całkowite wymiary citylight wolnostojącego: wysokość do 2,40 m i szerokość do 1,40 m;

- 6) ekran – tablica reklamowa służąca prezentacji informacji wizualnej o zmiennej treści, jako:
 - a) ekran nieświecący – nieemitujący bezpośredniego światła,
 - b) ekran świetlny – emitujący światło bezpośrednio, o mocy i sposobie świecenia według regulacji zawartych w ustawach o ruchu drogowym i o drogach publicznych oraz innych przepisach odrębnych;
- 7) elementy wygrodeniowe – elementy służące czasowemu wyznaczeniu przestrzeni, np. ogródka gastronomicznego, terenu, na którym odbywa się wydarzenie, niezwiązane na stałe z gruntem, w szczególności: donice z zielenią, pachołki, słupki, barierki;
- 8) elewacja interaktywna – instalacja świetlna lub mechaniczna, będąca integralnym elementem obiektu;
- 9) falbana - pozioma podwieszona dekoracja z tkaniny o wysokości do 30 cm z materiału, z którego wykonane jest przekrycie np.: parasol ogrodowy, markiza, przekrycie namiotowe;
- 10) flaga, proporzec – tkanina z informacją wizualną o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym, słupie oświetleniowym lub na wysięgniku;
- 11) gablota – urządzenie reklamowe jedno lub dwustronne, trwale związane z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, w formacie nie większym niż średni; nie dotyczy gablot tymczasowych, niezwiązanych trwale z gruntem, sytuowanych na czas wyborów;
- 12) gablota z menu – urządzenie reklamowe, w formie oszklonej szafki, w formacie nie większym niż mały, służące zamieszczaniu reklam i informacji;
- 13) kaseton – prostopadłościan jedno- lub dwustronny z płaską lub przestrzenną grafiką, z podświetleniem lub bez, występujący, jako: szyld główny, szyld przyległy, szyld semaforowy;
- 14) kubik – wolnostojące urządzenie reklamowe, niezwiązane trwale z gruntem, w postaci stelaża przestrzennego z reklamą;
- 15) litera lub logotyp stosowane w reklamie:
 - a) przestrzenne np. cięte, odlewane lub formowane w inny sposób,
 - b) malowane – płaskie, nanoszone bezpośrednio na nośnik;
- 16) meble miejskie – elementy małej architektury stanowiące wyposażenie przestrzeni dostępnych publicznie, w szczególności: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty na samochody i rowery, altany, elementy oświetlenia, wiaty przystankowe, stragany, itp.;
- 17) model przestrzenny – nośnik reklamy w formie figuratywnego przedstawienia danego przedmiotu lub postaci w dowolnej skali, umieszczony w przestrzeni lub taki przedmiot użytkowy, który nie pełni przypisanej mu pierwotnie funkcji, lecz nie wyższy niż 1,5 m;
- 18) naklejka, tabliczka – forma samoprzylepna lub nie, w drobnym formacie;
- 19) neon – konturowa forma plastyczna wykonana z użyciem rurek jarzeniowych;
- 20) nośnik reklamy – obiekt lub miejsce na obiekcie, na którym sytuowane jest urządzenie reklamowe lub tablica reklamowa, w szczególności: elewacja budynku, elementy wchodzące w skład ogródka gastronomicznego, elementy wygrodeniowe, falbana, nośnik pneumatyczny, przebieralnia na plaży, leżak, urządzenia sportowe i towarzyszące imprezom okolicznościowym, siatka budowlana, szyba wystawowa itp.;
- 21) nośnik pneumatyczny – urządzenie dmuchane w formie balonu, dmuchanej bramy, airwall'a;

- 22) ogródek gastronomiczny – zewnętrzne przedłużenie powierzchni usługowej lokalu w przestrzeń publiczną lub otoczenie wolnostojącego, tymczasowego obiektu gastronomicznego;
- 23) plakat – rodzaj wyrobu poligraficznego, w formacie małym lub średnim, stanowiący w całości formę graficzną;
- 24) pole powierzchni ekspozycyjnej reklamy – pole powierzchni prostokąta opisanego na reklamie lub suma pól powierzchni prostokątów opisanych na niepołączonych ze sobą elementach reklamy; dla urządzeń reklamowych o kształcie uniemożliwiającym wyliczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, stosuje się zasady obliczania według przepisów odrębnych;
- 25) potykacz – przestawna tablica reklamowa, w formie stojaka typu A, o maksymalnej wysokości do 125 cm, składająca się maksymalnie z dwóch jedno- lub dwustronnych tablic reklamowych o wymiarach do 100 cm wysokości i do 75 cm szerokości, zawierających opis oferty działalności, np. wydarzeń, wystaw lub jadłospisu;
- 26) pylon – wolnostojące urządzenie reklamowe mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, do którego zalicza się:
 - a) pylon cenowy – urządzenie reklamowe, służące informacji o cenach np. na stacjach paliw, o wysokości do 7 m,
 - b) pylon główny – urządzenie reklamowe, o maksymalnej wysokości do 3,5 m, służące prezentacji szyldu głównego, reklamy i szerokości do 1/3 wysokości, za wyjątkiem wysokości regulowanej odrębnie dla poszczególnych obszarów;
 - c) pylon zbiorczy – urządzenie reklamowe służące prezentacji zgrupowanych modułowo szyldów przyległych, o maksymalnej wysokości do 3,5 m i o szerokości do 1/3 wysokości;
- 27) reklama obwoźna – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, umieszczona na pojazdach, w szczególności na przyczepach samochodowych, lawetach i innych możliwych do przemieszczania nośnikach, służących wyłącznie funkcji reklamowej, zaparkowanych na terenie miasta dłużej niż 24 godziny w taki sposób, iż reklama jest widoczna z miejsc dostępnych publicznie;
- 28) reklama obnośna – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niesione;
- 29) reklama okolicznościowa – reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, związanego z wyborami, związanego ze współpracą z miastami partnerskimi itp. organizowanego na obszarze miasta Sopotu lub innego miasta partnerskiego, sytuowana na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 2 tygodnie przed i 1 dzień po, a w przypadku wyborów 10 tygodni przed wydarzeniem, do której zaliczają się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wymienione w §6 ust. 2, oprócz nośnika pneumatycznego, reklamy na namiocie lub na stoisku promocyjnym, które mogą być sytuowane tylko na czas trwania wydarzenia;
- 30) reklama przyległa sygnująca – tablica reklamowa w formacie nie większym niż mały, sytuowana w dowolnym miejscu na budynku, lub na obiekcie małej architektury, zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 9 ust.1 pkt 4 uchwały, zawierająca jedynie informacje o inwestorze, firmie projektującej, budowlanej realizującej obiekt;
- 31) reklama wolnostojąca – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe trwale związane z gruntem lub przenośne, taka jak: baner sprzedaży nieruchomości, baner, billboard, citylight, ekran, flaga, gablota, kubik, model przestrzenny, potykacz, proporzec, pylon, słup ogłoszeniowy, tablica wolnostojąca, winder, witacz wejściowy, witacz wjazdowy; do reklam wolnostojących nie wlicza się reklam sytuowanych w odległości do 15 cm od ściany obiektu budowlanego;

- 32) siatka budowlana – ażurowa osłona robót budowlanych prowadzonych na wysokościach;
- 33) słup ogłoszeniowy – urządzenie reklamowe w formie walca o średnicy od 120 cm do 175 cm i wysokości powierzchni ekspozycyjnej do 3,5 m służące do umieszczania ogłoszeń, plakatów;
- 34) stragan – obiekt małej architektury w formie zadanej o ujednoliconej architekturze:
 - a) jako element wyposażenia jarmarków okolicznościowych, w tym związanych z obsługą świąt,
 - b) dla handlu wzdłuż ciągu pieszo – rowerowego w pasie nadmorskim, służący ekspozycji towarów będących przedmiotem handlu, o powierzchni blatu służącej ekspozycji towarów do 2 m²;
- 35) system informacji miejskiej – ujednolicony system informacji o charakterze miejskim obejmujący znaki informacyjne, tablice, przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji adresowej, kierunkowej, turystycznej, oraz inną informację dotyczącą obiektów i wydarzeń na terenie miasta Sopotu;
- 36) szyld główny – jako nazwa obiektu albo głównej działalności komercyjnej, prowadzonej na nieruchomości;
- 37) szyld przyległy – sytuowany równolegle do fasady budynku;
- 38) szyld semaforowy – wywieszka uliczna, sytuowana prostopadle do fasady budynku pionowo lub poziomo;
- 39) tablica wolnostojąca – tablica reklamowa jedno lub dwustronna, na trwale związana z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, o formacie nie większym niż mały, a dla tablic wolnostojących okolicznościowych o formacie nie większym niż średni;
- 40) wiata przystankowa – obiekt małej architektury służący osłonie pasażerów przebywających na przystankach komunikacji publicznej;
- 41) winder – tkanina rozpięta na maszcie niezwiązanym na trwale z gruntem;
- 42) witacz wejściowy – przenośna tablica reklamowa umieszczona na pulpicie, stojaku, sztaludze lub na płocie, sytuowana wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego, przeznaczona do ekspozycji menu lub innych informacji dotyczących lokalu, o formacie małym, lecz o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 0,7 m²;
- 43) witacz wjazdowy – przydrożna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o wjeździe do miasta w formie pylonów, o wysokości nie wyższej niż 7 m, służące promocji miasta;
- 44) wyklejka – rodzaj reklamy na przeszkloną witrynę lokalu, o formacie stanowiącym procentowe pokrycie szyby, ustalonym w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów wymienionych w uchwale.

§ 7

1. Gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych - wielkości powierzchni ekspozycyjnej, w następujących formatach:
 - 1) drobny – do 0,1 m² włącznie;
 - 2) mały – powyżej 0,1 m² do 1,25 m² włącznie;
 - 3) średni – powyżej 1,25 m² do 2,5 m² włącznie;
 - 4) duży – powyżej 2,5 m² do 9,0 m² włącznie;
 - 5) wielki – powyżej 9,0 m² do 13,0 m² włącznie;

- 6) dowolny dla elewacji interaktywnej, ekranu, reklamy na nośniku pneumatycznym, sytuowanych w obszarze indywidualnej promocji;
 - 7) rozmiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego może być większy od dopuszczalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej, o maksymalnie 15%.
2. Standardy jakościowe w zakresie warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, oraz ogrodzeń, zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami standardów jakościowych, dotyczących w szczególności:
- 1) standardów technicznych i bezpieczeństwa w zakresie trwałego zamocowania,
 - 2) kompletności i trwałości wyposażenia,
 - 3) walorów estetycznych w zakresie jakości użytych materiałów i utrzymania ich w czystości.

§ 8

1. Na całym obszarze miasta dopuszcza się system informacji miejskiej oraz tablice będące realizacją obowiązku nałożonego przepisami prawa, niezależnie od zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustalonych w uchwale. Systemowi informacji miejskiej może towarzyszyć reklama występująca na wspólnych urządzeniach reklamowych i tablicach reklamowych.
2. Na całym obszarze miasta dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w pasach drogowych ulic zgodnie z przepisami odrębnymi i ustaleniami zawartymi w uchwale.
3. Na całym obszarze miasta zakazuje się reklamy obwoźnej i reklamy obnośnej, za wyjątkiem reklam:
 - a) wyborczej, na czas poprzedzający wybory w ciągu 10 tygodni przed wydarzeniem i w czasie wyborów, zgodnie z przepisami odrębnymi,
 - b) umieszczonych na elementach miejskiej komunikacji publicznej, w tym na rowerach miejskich,
 - c) sytuowanych na ul. Malczewskiego.
4. Dopuszcza się umieszczenie tablic reklamowych, które historycznie istniały, na budynkach zabytkowych wpisanych do rejestru zabytków województwa pomorskiego lub ujętych w gminnej ewidencji zabytków.

§ 9

1. Zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej:
 - 1) historyczny układ urbanistyczny Sopotu został wpisany do rejestru zabytków województwa pomorskiego pod nr rej. 936 jako układ urbanistyczno-krajobrazowy miasta Sopotu (decyzja z 12.02.1079 r., d. nr rej. 771);
 - 2) na obszarze miasta znajdują się obiekty wpisane do rejestru zabytków województwa pomorskiego – wszelkie działania inwestycyjne podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami; na obiektach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego zakazuje się sytuowania reklam za wyjątkiem szyldów; zakaz nie dotyczy zabytkowego zespołu urbanistyczno-krajobrazowego wymienionego w § 9 ust.1 pkt 1;

- 3) na obszarze miasta znajdują się obiekty ujęte w gminnej ewidencji zabytków, dla których obowiązują ustalenia wymienione w ust 2 niniejszego paragrafu oraz w Rozdziałach 3 i 4 uchwały;
 - 4) zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze zabytkowego zespołu urbanistyczno-krajobrazowego, wymienionego w § 9 ust.1 pkt 1:
 - a) dopasowanie kompozycyjne kształtu, wielkości, kolorystyki, sposobu oświetlenia do detali architektonicznych budynków, z zakazem:
 - przesłaniania detalu, w tym: gzymsów, fryzów, balustrad w szczególności: schodów, balkonów, loggii, tarasów, boniowania, sztukaterii, ozdobnego zróżnicowania faktury tynków, okładzin kamiennych, ceramicznych i innych elementów historycznego wystroju budynku,
 - zaburzania porządku i układu kompozycyjnego obiektu poprzez dopasowanie się do: światła otworów okiennych i drzwiowych, pionowych i poziomych podziałów elewacji wyznaczonych: detalem architektonicznym lub widocznymi elementami konstrukcyjnymi,
 - stosowania materiałów odbijających światło dzienne w sposób mogący powodować efekt olśnienia,
 - b) wyznaczenie w projekcie budowlanym lokalizacji i formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiekcie zgodnie z ustaleniami uchwały.
2. Ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i obiektów małej architektury, w kontekście ochrony krajobrazu:
- 1) zapewnienie przedpola ekspozycji:
 - a) w osiach widokowych,
 - b) panoramom miasta,
 - c) zabytkom;
 - 2) redukcja barier przestrzennych poprzez sytuowanie:
 - a) tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i obiektów małej architektury w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi,
 - b) obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni.

Rozdział 3

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów dla obszaru całego miasta

§ 10

1. Rodzaje szyldów i ich sytuowanie:

1) szyld główny:

a) sytuowany:

- w dowolnym miejscu na elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku, wyznaczonym w projekcie budowlanym,
- w parterze na wspólnej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych,

- nad okapem stropodachu, w attyce,
- jako szyld semaforowy pionowy, którego najniższy punkt znajduje się nie niżej niż 2,40 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim, na odległość nie większą niż 100 cm przed elewacją budynku,
- na pylonie głównym,
- na szczycie pylonu zbiorczego,

b) w formie:

- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, o wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości liter od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi, a dla budynków parterowych szyldu przyległego o $1/3$ wysokości elewacji budynku mierzonej od terenu przyległego do okapu,
- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej:
 - do 0,8 m wysokości elewacji dla elewacji o wysokości do 6 m,
 - do $1/8$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1, 2 m dla elewacji o wysokości od 6 m do 12 m,
 - do $1/10$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji wyższych niż 12 m,
- kasetonu jedynie w parterze budynku o wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości dolnej krawędzi od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
- semaforu pionowego, jako kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych;

2) szyld przyległy:

a) sytuowany:

- w parterze budynku lub w pasie między parterem a pierwszym piętrzem w miejscu przeznaczonym dla szyldu:
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji lub pierzei, o ile jest to możliwe,
 - wyśrodkowany względem podziałów pionowych osi kompozycyjnych budynku, albo światła otworów okiennych i drzwiowych,
 - w budynku za lub przed szybą w otworze okiennym lub drzwiowym tylko w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
 - wyrównany względem podziałów poziomych elewacji a w przypadku szyldu zamontowanego za lub przed otworem okiennym wyrównany względem górnej krawędzi tego otworu,
- na ogrodzeniu przy wejściu głównym, o formacie nie większym niż $0,7 \text{ m}^2$ powierzchni ekspozycyjnej szyldu,
- dodatkowo w dowolnym miejscu na budynku, zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 9 ust.1 pkt 4 uchwały, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, dla usługi zlokalizowanej w całym budynku, dla następujących rodzajów usług:

- hotelu posiadającego nie mniej niż 50 pokoi gościnnych,
- handlu o powierzchni sprzedaży przekraczającej 400 m²,
- kultury i sztuki, oświaty, zdrowia, których powierzchnie całkowite budynków są nie mniejsze niż 200 m²,
- dodatkowo na falbanach, na potykaczu lub na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku,

b) w formie:

- kasetonu:
 - sytuowanego na budynku, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
 - sytuowanego na ogrodzeniu budynku, w którym znajduje się podmiot reklamy, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/3 odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
 - nie dopuszcza się sytuowania na obiektach ujętych w gminnej ewidencji zabytków,
- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu:
 - sytuowanych na budynku, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - sytuowanych na ogrodzeniu budynku, w którym znajduje się podmiot reklamy, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/10 odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - przymocowanych bezpośrednio do elewacji lub ogrodzenia, albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację lub ogrodzenie, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego,
- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych na falbanach, na potykaczu, na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na elementach wygrodzeniowych w formie nie większym niż drobny;

3) szyld semaforowy:

a) sytuowany:

- nie niżej niż 2,40 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim,
- dla lokalu znajdującego się w parterze:
 - na elewacji na wysokości parteru, przy funkcjonującym wejściu do budynku, z którego znajduje się wejście lub dojście do lokalu, lub przy witrynie,

- na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
 - przy pionowej osi kompozycyjnej elewacji budynku,
 - na odległość nie większą niż 80 cm przed elewacją,
 - dla lokalu znajdującego się bezpośrednio pod lub nad parterem sytuowany:
 - na wysokości parteru,
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
 - na odległość nie większą niż 80 cm przed elewacją,
 - b) w formie kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu:
 - o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - c) dopuszcza się model przestrzenny, jako część szyldu semaforowego;
- 4) szyld wizytówkowy:
- a) stanowiący moduł o wspólnych elementach ze znajdującymi się w danym miejscu pozostałymi szyldami wizytówkowymi, tj. wielkością i proporcjami tablicy reklamowej, na której znajduje się szyld wizytówkowy; moduł może występować również w podziale graficznym na zbiorczej tablicy; szyld wizytówkowy dodatkowo może zawierać informacje kontaktowe,
 - b) sytuowany:
 - przy wejściach do budynku albo na drzwiach zewnętrznych prowadzących do podmiotu reklamy,
 - na bramach w przejściach bramnych albo na bramach wejściowych, na ogrodzeniach prowadzących do podmiotu reklamy,
 - na pylonach zbiorczych znajdujących się na dojściu do wejścia do budynku prowadzącego do podmiotu reklamy,
 - na falbanach, na fladze, na proporcu,
 - na elementach wygradzeniowych, na potykaczu lub na witaczu wejściowym, stanowiący nie więcej niż 15% powierzchni informacyjnej,
 - c) w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, przymocowanych, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację lub w kolorze, a dla budynków ujętych w gminnej ewidencji zabytków, w kolorystyce elewacji, lub o tle przeziernym, lub wykonane w materiale naturalnym takim jak: kamień, drewno, metal, wyroby ceramiczne itp., w formacie nie większym niż drobny, czyli w szczególności o wymiarach: 21 cm x 29 cm lub 21 cm x 42 cm;
- 5) szyld na szybie:
- a) sytuowany w witrynach, w otworach okiennych i drzwiowych,
 - b) w formie wyklejanej lub malowanej,
 - c) o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 15% powierzchni otworu, w którym się znajduje.

2. Maksymalna liczba szyldów:

- 1) na budynek – jeden szyld główny na każdą elewację budynku z ogólnodostępnym wejściem do budynku, dodatkowo jeden szyld semaforowy pionowy;
- 2) na lokal:

- a) jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie usytuowany na każdej elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny, jeden szyld semaforowy na każdą elewację z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny,
- b) jeden szyld wizytówkowy przy każdym funkcjonującym wejściu do budynku prowadzącym do podmiotu reklamy lub na pylonie zbiorczym przed wejściem,
- c) dodatkowo szyld przyległy:
 - w indywidualnej ilości na budynku z usytuowaniem ustalonym w ust. 1 pkt 2 lit. a tiret trzecie niniejszego paragrafu,
 - na falbanach,
 - na potykaczu lub na witaczu wejściowym,
 - na elementach ogródka gastronomicznego,
 - na elementach wygrodzeniowych;
- 3) na wiatę stacji benzynowej: dopuszcza się po jednym dowolnym szyldzie przyległym przy każdym wyjeździe i wjeździe pod wiatę;
- 4) na kiosk: dopuszcza się po jednym szyldzie głównym na każdej elewacji widocznej z przestrzeni publicznej, jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie sytuowany od strony miejsca obsługi klienta.

Rozdział 4

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, dla poszczególnych obszarów: strukturalnych od A do H, indywidualnej promocji w częściach od a do m, wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego

§ 11

1. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „A” - reprezentacyjnej przestrzeni w historycznym śródmieściu, poza wyróżnionym układem drogowym, dla którego obowiązują ustalenia §13, są następujące:
 - 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - c) citylight wolnostojący,
 - d) flaga, proporzec,
 - e) gablota,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny,
 - j) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - k) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,
 - l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu wraz z opisem,

- m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) reklama obwoźna,
 - o) reklama okolicznościowa:
 - tablica wolnostojąca,
 - p) słup ogłoszeniowy,
 - q) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - r) witacz wejściowy,
 - s) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1 w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni, z wyłączeniem pasa drogowego ul. Bohaterów Monte Cassino, dla której obowiązują ustalenia §13 ust. 1 pkt 1 lit. b tiret pierwsze,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) citylight wolnostojący sytuowany:
 - na działce nr 103/8, arkusz mapy 24, przy ul. Powstańców Warszawy 10,
 - na działce nr 44/5, arkusz mapy 26, przy ul. Kościuszki 26-27, przed budynkiem Urzędu Miasta Sopotu,
 - d) flaga, proporzec:
 - na słupie oświetleniowym,
 - na maszcie wolnostojącym tylko przed budynkiem Urzędu Miasta Sopotu przy ul. Kościuszki 26-27, w ilości nie więcej niż 4 sztuki,
 - e) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - f) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - g) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - h) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - i) pylon główny sytuowany na działkach:
 - nr 2/4 arkusz mapy 24, przy ul. Powstańców Warszawy 12-14,
 - nr 103/8 arkusz mapy 24, przy ul. Powstańców Warszawy 10,
 - j) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, reklama na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,

- na czas wykonywania robót na elewacjach.

l) reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3 pkt 1,2,

m) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych; odległość ta nie obowiązuje na Placu Konstytucji 3.Maja,

n) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,

o) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,

p) wyklejka:

- do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,

- do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

2. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „B” – historycznej przestrzeni miejskiej, są następujące:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:

a) baner sprzedaży nieruchomości,

b) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,

c) citylight wolnostojący,

d) flaga, proporzec,

e) gablota,

f) naklejka, tabliczka,

g) plakat,

h) potykacz,

i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,

j) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,

k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,

m) reklama obwoźna,

n) reklama okolicznościowa:

- tablica wolnostojąca,

o) słup ogłoszeniowy,

p) tablica wolnostojąca – reklama sprzedaży nieruchomości,

q) witacz wejściowy,

r) wyklejka;

2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:

a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,

b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,

c) citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:

- na działce nr 195/2, arkusz mapy 25 przy skrzyżowaniu ul. Grunwaldzkiej i ul. Chopina, na działce nr 121/6 arkusz mapy 31 w ul. 3. Maja,
- d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- e) gabłota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
- f) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
- g) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
- h) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
- i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, reklama na potykalczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
- j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
- k) reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3 pkt 1, 2,
- l) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- m) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości, tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
- n) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,
- o) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości, w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

3. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „C” – strefy administracji i biznesu, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - c) citylight wolnostojący,
 - d) flaga, proporzec,
 - e) gabłota,
 - f) gabłota z menu,

- g) naklejka, tabliczka,
 - h) plakat,
 - i) potykacz,
 - j) pylon główny,
 - k) pylon zbiorczy,
 - l) pylon cenowy,
 - m) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - n) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,
 - o) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - p) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - q) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - billboard,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - tablica wolnostojąca,
 - r) reklama obwoźna,
 - s) słup ogłoszeniowy,
 - t) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - u) witacz wejściowy,
 - v) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż średni,
 - c) citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:
 - na działce nr 184/3 arkusz mapy 36 położonej w rejonie Alei Niepodległości 700,
 - na działce nr 2/2 arkusz mapy 5 położonej w rejonie Alei Niepodległości 938,
 - d) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na wysięgnikach lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej, na słupie oświetleniowym,
 - e) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - f) gablota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - g) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - h) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - i) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - j) pylon główny lub zbiorczy sytuowany według następujących zasad:

- zakazuje się sytuowania przed obiektami wpisanymi do rejestru zabytków lub znajdującymi się w gminnej ewidencji zabytków, z wyjątkiem lokalizacji wymienionych w kolejnych tiretach,
- nie więcej niż jeden na nieruchomości o funkcji wyłącznie usługowej, na której prowadzona jest reklamowana działalność,
- nie więcej niż jeden na nieruchomości w następujących lokalizacjach:
 - na działce nr 137/29 arkusz mapy 16, zlokalizowanej w rejonie zjazdu z Al. Niepodległości w ul. Wejherowską,
 - na działce nr 6/8 arkusz mapy 31, zlokalizowanej przy Alei Niepodległości 737,
 - na działce nr 107/29 arkusz mapy 31, zlokalizowanych na rogu ul. 3.Maja i Alei Niepodległości,
 - nr 57/16 arkusz mapy 36, nr 57/17 arkusz mapy 36, zlokalizowanych przy Alei Niepodległości 697-701,
- k) pylon cenowy jedynie dla produktów stacji benzynowej na terenie stacji lub bezpośrednio przed nią,
- l) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
- n) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na fałbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
- o) reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3 pkt 1, 2,
- p) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
- q) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,
- r) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

4. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „D” – tonacji reklam w strefie mieszkaniowej, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - c) citylight wolnostojący,
 - d) flaga, proporzec,
 - e) gablota,
 - f) gablota z menu,
 - g) naklejka, tabliczka,
 - h) plakat,
 - i) potykacz,
 - j) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - k) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,
 - l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budo,
 - n) wlanych,
 - o) reklama obwoźna,
 - p) reklama okolicznościowa:
 - tablica wolnostojąca,
 - q) słup ogłoszeniowy,
 - r) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - s) witacz wejściowy,
 - t) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
 - a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) citylight wolnostojący na działkach: nr 99/1 arkusz mapy 6 u zbiegu ul. Wejherowskiej i ul. Małopolskiej, nr 20/2 arkusz mapy 5 przy ul. Wejherowskiej w rejonie,
 - d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - e) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - f) gablota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - g) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - h) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - i) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,

- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - l) reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3,
 - m) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - n) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
 - o) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,
 - p) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.
5. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „E” – ekspozycji walorów przestrzeni rekreacyjno-uzdrowiskowych, są następujące:
- rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
- a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - c) flaga, proporzec,
 - d) gablota,
 - e) gablota z menu,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny,
 - j) pylon zbiorczy,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - l) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - o) reklama okolicznościowa:
 - reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder,
 - p) słup ogłoszeniowy,
 - q) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,

- r) witacz wejściowy,
 - s) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w § 6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na wysięgnikach lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej, na słupie oświetleniowym,
 - d) gabłota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - e) gabłota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - f) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - g) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - h) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - i) pylon główny lub zbiorczy możliwe sytuowanie:
 - zakazuje się sytuowania przed obiektami wpisanymi do rejestru zabytków lub znajdującymi się w gminnej ewidencji zabytków,
 - jeden na nieruchomości o funkcji wyłącznie usługowej, na której prowadzona jest reklamowana działalność,
 - j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, reklama na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - l) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - m) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
 - n) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,
 - o) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym

powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

6. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „F” – promocji w przestrzeniach rekreacyjno-sportowych, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - b) flaga, proporzec,
 - c) gablota,
 - d) gablota z menu,
 - e) naklejka, tabliczka
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - i) reklama na falbanie, na potykaczu, na witaczu wejściowym,
 - j) reklama okolicznościowa:
 - kubik,
 - tablica wolnostojąca,
 - k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - m) słup ogłoszeniowy,
 - n) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - o) witacz wejściowy,
 - p) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
 - a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - d) gablota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - e) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - f) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - g) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - h) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,

- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
- na czas wykonywania robót na elewacjach,
- i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
- j) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- k) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
- l) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych,
- m) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

7. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „G” – promocji w strefie plaż, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) gablota z menu,
 - b) naklejka, tabliczka,
 - c) potykaç,
 - d) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - e) reklama na elementach wygroźdzeniowych,
 - f) reklama na falbanie, na potykaçu, na witaczu wejściowym,
 - g) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - h) reklama na przebieralni plażowej, na leżaku,
 - i) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - j) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - flaga, proporzec na maszcie,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder,
 - reklama na urządzeniu sportowym,
 - reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej,
 - k) tablica wolnostojąca,

- l) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - m) witacz wejściowy;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) gabłota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu lub przy wejściu do lokalu gastronomicznego lub przy krawędzi ciągu pieszo – jezdni przyległego do nieruchomości, na której znajduje się lokal gastronomiczny,
 - c) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - d) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - e) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, na poty kaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu, reklama na elementach wygrodeniowych, na przebieralni plażowej, reklama na leżaku, reklama na urządzeniu sportowym; w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny, leżak, urządzenia sportowe,
 - f) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - g) tablica wolnostojąca:
 - przy wejściach na plażę, której część powierzchni ekspozycyjnej zajmuje system informacji miejskiej, w ilości nie więcej niż jedna na wejście,
 - h) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości, tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
 - i) witacz wejściowy z menu/opisem tylko w ogródkach gastronomicznych.
8. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze strukturalnym „H” – ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej, są następujące:
- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
 - b) gabłota,
 - c) naklejka, tabliczka,
 - d) potykacz,
 - e) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - f) reklama na falbanie, na poty kaczu,
 - g) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

- h) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - i) reklama obwoźna,
 - j) tablica wolnostojąca – reklama sprzedaży nieruchomości,
 - k) witacz wjazdowy;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1 tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - c) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - d) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - e) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - f) reklama na elementach ogródka gastronomicznego, reklama na falbanie, na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności; reklamy w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - g) reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3, tylko wzdłuż ul. Malczewskiego,
 - h) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
 - i) witacz wjazdowy przy ul. Malczewskiego.

§ 12

1. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze indywidualnej promocji, są następujące:

- 1) w obszarze indywidualnej promocji dopuszcza się reklamy sponsorów imprez sportowo-kulturalnych na czas trwania imprez, reklamy związane z promocją miasta;
- 2) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „a” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Aquapark Sopot*:
 - a) ekran nieświecący,
 - b) ekran świetlny,
 - c) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - d) gablota,
 - e) kubik,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,

- h) potykaç,
 - i) pylon główny,
 - j) pylon zbiorczy,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - l) reklama na falbanie, reklama na potykażu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - m) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - n) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - o) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - tablica wolnostojąca,
 - p) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 3) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „b” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Skansen Archeologiczny – Grodzisko:*
- a) gablota,
 - b) kubik,
 - c) naklejka, tabliczka
 - d) plakat,
 - e) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - f) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - model przestrzenny,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder;
- 4) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,, mogące wystąpić w części „c” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej teren kortów tenisowych:*

- a) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - b) gablota,
 - c) naklejka, tabliczka
 - d) plakat,
 - e) potykacz,
 - f) pylon główny,
 - g) pylon zbiorczy,
 - h) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - j) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - m) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - tablica wolnostojąca,
 - n) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 5) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „d” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej teren teatru:*
- a) citylight wolnostojący,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gablota,
 - d) naklejka, tabliczka
 - e) plakat,
 - f) potykacz,
 - g) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - h) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - i) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie

logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:

- reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
- reklamująca realizowaną inwestycję,
- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
- na czas wykonywania robót na elewacjach,

k) reklama okolicznościowa:

- baner,
- ekran nieświecący,
- ekran świetlny,
- kubik,
- model przestrzenny,
- tablica wolnostojąca,

l) słup ogłoszeniowy,

m) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

6) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „e” obszaru *indywidualnej promocji obejmującej Skwer Kuracyjny i Molo*:

a) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,

b) gablota,

c) kubik,

d) naklejka, tabliczka

e) plakat,

f) potykacz,

g) pylon główny jedynie w przystani jachtowej,

h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

i) reklama na elementach wygrodzeniowych,

j) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:

- reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
- reklamująca realizowaną inwestycję,
- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,

- na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - l) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder,
 - m) słup ogłoszeniowy,
 - n) witacz wejściowy z menu / opisem - tylko w gastronomii,
 - o) wyklejka: do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego;
- 7) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „f” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Plac Przyjaciół Sopotu, Plac Zdrojowy, Plac zwany w uchwale Placem Jasia Rybaka:*
- a) citylight wolnostojący,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gablota,
 - d) kubik,
 - e) naklejka, tabliczka,
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - i) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - j) reklama na falbanie, reklama na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - m) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,

- ekran świetlny,
- elewacja interaktywna,
- kubik,
- model przestrzenny,
- reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- tablica wolnostojąca,
- winder,

n) słup ogłoszeniowy,

o) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

8) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „g” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Operę Leśną*:

a) billboard w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały,

b) citylight wolnostojący,

c) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,

d) gablota,

e) kubik,

f) naklejka, tabliczka,

g) plakat,

h) potykacz,

i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

j) reklama na elementach wygradzeniowych,

k) reklama na falbanie, reklama na potykalczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:

- reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
- reklamująca realizowaną inwestycję,
- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
- na czas wykonywania robót na elewacjach,

n) reklama okolicznościowa:

- baner,
- ekran nieświecący,
- ekran świetlny,
- elewacja interaktywna,
- model przestrzenny,
- nośnik pneumatyczny w formie balonu, bramy, airwalle’a,
- reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,

- tablica wolnostojąca,
 - winder,
- o) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 9) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „h” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Stadion Leśny*:
- a) billboard w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały,
 - b) flaga, poręcz na słupie oświetleniowym,
 - c) gablota,
 - d) naklejka, tabliczka
 - e) plakat,
 - f) potykacz,
 - g) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - h) reklama na elementach wygrodzeniowych,
 - i) reklama na falbanie, reklama na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - j) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - sytuowana na czas budowy,
 - l) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - tablica wolnostojąca,
 - m) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 10) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „i” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Hipodrom Sopot - tor wyścigów konnych*:
- a) billboard w wyznaczonych rejonach w załączniku nr 1 do uchwały,
 - b) citylight wolnostojący,
 - c) flaga, poręcz na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - d) gablota,
 - e) kubik,

- f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny do 7 m wysokości,
 - j) pylon zbiorczy,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - l) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - m) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - n) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - o) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - p) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder,
 - q) słup ogłoszeniowy,
 - r) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii,
 - s) wyklejka – do 20% powierzchni przeszklenia;
- 11) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „j” obszaru indywidualnej promocji obejmującej halę widowiskowo-sportową na granicy Gdańska i Sopotu:
- a) billboard w wyznaczonych rejonach w załączniku nr 1 do uchwały,
 - b) citylight wolnostojący lub na budynku,
 - c) ekran świetlny lub elewacja interaktywna,
 - d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - e) gablota,
 - f) kubik,

- g) naklejka, tabliczka,
 - h) plakat,
 - i) potykacz,
 - j) pylon główny do 7 m wysokości,
 - k) pylon zbiorczy,
 - l) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - m) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - n) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - o) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - p) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - tablica wolnostojąca,
 - winder,
 - q) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii,
 - r) wyklejka tylko w poziomie parteru – do 30% powierzchni przeszklenia;
- 12) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „k” obszaru indywidualnej promocji obejmującej Muzeum Sopotu:
- a) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - b) gablota,
 - c) naklejka, tabliczka,
 - d) plakat,
 - e) potykacz,
 - f) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - g) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - h) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

- i) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - j) reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - tablica wolnostojąca,
 - k) witacz wejściowy z menu / opisem - tylko w gastronomii;
- 13) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „I” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej dworzec Sopot*:
- a) citylight wolnostojący,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gablota,
 - d) kubik,
 - e) naklejka, tabliczka
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) pylon główny,
 - i) pylon zbiorczy,
 - j) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - k) reklama na falbanie, reklama na potykalcu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach,
 - m) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

n) reklama okolicznościowa:

- baner,
- ekran nieświecący,
- ekran świetlny,
- model przestrzenny,
- reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- kubik,
- tablica wolnostojąca,
- winder,

o) słup ogłoszeniowy,

p) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

14) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w części „m” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Stadion Rugby*:

a) billboard w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały,

b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,

c) gablota,

d) naklejka, tabliczka,

e) plakat,

f) potykacz,

g) reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

h) reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,

i) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:

- reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
- reklamująca realizowaną inwestycję,
- na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
- na czas wykonywania robót na elewacjach,

k) reklama okolicznościowa:

- baner,
- ekran nieświecący,
- ekran świetlny,
- elewacja interaktywna,
- kubik,
- model przestrzenny,
- nośnik pneumatyczny,
- tablica wolnostojąca,

l) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii.

§ 13

1. Ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego.

1) ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze wyznaczonych ulic:

Bohaterów Monte Cassino, 1.Maja, Jana Jerzego Haffnera, Powstańców Warszawy, Grunwaldzka, Bitwy pod Płowcami, Polna, Władysława Łokietka, są następujące:

a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:

- citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
- citylight wolnostojący - dla wyszczególnionych ulic,
- flaga, proporzec,
- gablota,
- naklejka, tabliczka
- plakat,
- potykacz,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama obwoźna tylko wyborcza,
- reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - bilbord,
 - tablica wolnostojąca,
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego w formie: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
- reklama na falbanie, na poty kaczu, na witaczu wejściowym,
- słup ogłoszeniowy,
- witacz wejściowy z menu / opisem,
- witacz wjazdowy;

b) sytuowanie wymienionych w pkt 1 lit a tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:

- wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1 lit a, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni, z wyłączeniem ul. Bohaterów Monte Cassino, dla której ustala się zakaz lokalizacji reklam wolnostojących, oprócz: poty kaczy i witaczy wejściowych tylko w ogródkach gastronomicznych w liczbie do jednej sztuki na każde funkcjonujące wejście do lokalu oraz citylight'a w rejonie Teatru Wybrzeże,
- citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:

- w ul. Polnej od strony południowej w rejonie zbiegu z ul. Bitwy Pod Płowcami,
- w ul. Bohaterów Monte Cassino w rejonie Teatru Wybrzeże,
- flaga, proporzec na słupie oświetleniowym tylko wzdłuż Alei Mamuszki, ul. Bohaterów Monte Cassino, ul. Powstańców Warszawy, ul. Grunwaldzkiej od ul. Bohaterów Monte Cassino do ul. 3. Maja,
- plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
- potykacz i witacz wejściowy tylko w ogródkach gastronomicznych w liczbie do jednej sztuki na każde funkcjonujące wejście do lokalu lub jednej sztuki na nieruchomość,
- pylon główny lub zbiorczy z wyłączeniem ul. Bohaterów Monte Cassino, nie więcej niż jeden w pasie drogowym bezpośrednio przyległym do nieruchomości, na której prowadzona jest wyłącznie działalność usługowa,
- reklama na falbanie, reklama na potykaczu – nie dotyczy opisu oferty działalności, reklama na witaczu wejściowym – nie dotyczy menu/opisu; reklamy w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
- reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3 pkt 1, 2,
- słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych; odległość ta nie dotyczy słupów ogłoszeniowych sytuowanych na ul. Bohaterów Monte Cassino,
- witacz wjazdowy przy wjeździe od strony Gdańska, sytuowany jak dla reklam wolnostojących, zgodnie z definicją w uchwale, w następujących lokalizacjach:
 - w ul. Władysława Łokietka,
 - w ul. Bitwy pod Płowcami.

2) ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, w obszarze **Alei Niepodległości**, są następujące:

a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:

- citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,
- citylight wolnostojący,
- flaga, proporzec,
- plakat,
- pylon cenowy,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama na falbanie,
- reklama obwoźna,
- reklama okolicznościowa:
 - baner,
 - bilbord,

- kubik w pasie zieleni rozdzielającym jezdnie Alei Niepodległości,
 - model przestrzenny w pasie zieleni rozdzielającym jezdnie Alei Niepodległości,
 - tablica wolnostojąca,
 - reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - słup ogłoszeniowy,
 - witacz wjazdowy,
- b) sytuowanie wymienionych w pkt 2 lit. a tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 2 lit. a, w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach położonych w obszarze pasa drogowego Alei Niepodległości, na działkach:
 - nr 39/1, 39/3, 40/3 arkusz mapy 36, znajdującej się w rejonie Alei Niepodległości 700,
 - nr 2/2 arkusz mapy 5, znajdującej się w rejonie Alei Niepodległości 938,
 - flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - pylon cenowy jedynie dla produktów stacji benzynowej na terenie stacji lub bezpośrednio przed nią; dopuszcza się sytuowanie przed wjazdem na stację w pasie drogowym Alei Niepodległości,
 - pylon główny - nie więcej niż jeden dla każdej z działalności usługowych znajdujących się na nieruchomościach bezpośrednio przyległych do pasa drogowego Alei Niepodległości, oraz na terenach działek:
 - nr 8/2 arkusz mapy 4, w rejonie Alei Niepodległości 962,
 - nr 10/15 arkusz mapy 4, w rejonie Alei Niepodległości 954, 956, 958, 960,
 - nr 2/2 arkusz mapy 5, w rejonie w Alei Niepodległości 938, 940,
 - nr 12/1 arkusz mapy 36, zlokalizowanych na rogu ul. Kochanowskiego i Alei Niepodległości,
 - nr 156/1 arkusz mapy 27, zlokalizowanych na rogu ul. Andersa i Alei Niepodległości,
 - nr 57/1 arkusz mapy 36, w rejonie Alei Niepodległości 691,
 - nr 4/1 arkusz mapy 48 zlokalizowanych na rogu ul. Smolnej i Alei Niepodległości,
 - pylon zbiorczy:
 - nie więcej niż jeden w odległości co najmniej 100 m od innych pylonów zbiorczych, sytuowany na terenach następujących działek: nr 8/2 arkusz mapy 4 w rejonie Alei Niepodległości 962, nr 2/2 arkusz

- mapy 5 w rejonie w Alei Niepodległości 938, 940, nr 10/15 arkusz
mapy 4, w rejonie Alei Niepodległości 954, 956, 958, 960,
- nie więcej niż jeden sytuowany na terenie każdej z następujących działek: nr 2/3, 4/3, 5/19, 8/6, 7/8 arkusz mapy 47, nr 81/5 arkusz mapy 39 znajdujących się po wschodniej stronie Alei Niepodległości, na odcinku między granicą miasta a ul. Jana z Kolna, przy zjazdach z Alei Niepodległości w kierunku ul. Rzemieślniczej,
 - reklama na falbanie, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych i w formacie nie większym niż drobny,
 - reklama obwoźna zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 8 ust. 3 pkt 1, 2,
 - słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - witacz wjazdowy w pasie rozdzielczym Alei Niepodległości od strony Gdyni i Gdańska.
- 3) ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, **w obszarze wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego terenów kolejowych**, wyznaczonym w załączniku nr 1 do uchwały, są następujące:
- a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:
- gablota,
 - plakat,
 - reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- b) sytuowanie wymienionych w pkt 3 lit a) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- zakazuje się sytuowania wszelkich reklam na granicy obszaru terenów kolejowych, wyznaczonego na załączniku graficznym nr 1 do uchwały, na ogrodzeniach i budynkach,
 - plakat, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas wykonywania robót na elewacjach.

Rozdział 5

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń.

§ 14

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury.

- 1) wiaty na pojemniki do segregacji odpadów komunalnych - zadaszone, o ścianach pełnych do wys. 2,20 m i wielkości dostosowanej do wymogów segregacji odpadów;
- 2) wiat przystankowa - zgodnie z przyjętym standardem w Mieście Sopocie i przepisami powszechnie obowiązującymi;
- 3) meble miejskie – według standardów projektów typowych przyjętych w mieście, dopasowane do formy i stylu zabudowy, sytuowane w obszarach od A do F oraz w obszarze indywidualnej promocji, z wyjątkiem:
 - a) straganu dla handlu wzdłuż ciągu pieszo – rowerowego w pasie nadmorskim, którego sytuowanie dopuszcza się jedynie w następujących obszarach:
 - „G” w Al. Wojska Polskiego przy oznaczonych wejściach na plażę,
 - „e” indywidualnej promocji z wyłączeniem drewnianej części mola,
 - b) straganu, którego sytuowanie dopuszcza się:
 - w obszarach „A”, „D”, „E”, „F”, oraz w obszarze „C” jedynie przy wyjściu z tunelu z ul. Bohaterów Monte Cassino w kierunku ul. 1. Maja i przy stacji SKM w Kamiennym Potoku przy wyjściu z tunelu na ul. Łowicką, w obszarze „H” jedynie w sąsiedztwie cmentarza,
 - w obszarze indywidualnej promocji: „e”, „f”, „i”, „j”, „l”.

§ 15

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) rodzaje ogrodzeń:
 - a) trwale związane z gruntem, ażurowe, o wysokości dostosowanej do ogrodzeń o wartościach historycznych zlokalizowanych w sąsiedztwie, lecz nie wyższej niż 1,50 m nad poziomem terenu; ograniczenie wysokości nie dotyczy odtwarzanych płotów historycznych, w tym furtek i bram, ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej,
 - b) tymczasowe związane z robotami budowlanymi:
 - maksymalna wysokość 2,20 m,
 - nieograniczające szerokości ciągów pieszych i rowerowych,
 - c) w formie żywopłotów z krzewów liściastych;
- 2) zakazuje się sytuowania ogrodzeń z wyjątkiem:
 - a) terenów mieszkalnictwa jednorodzinnego, obiektów sportowych, w tym boisk, ogrodzeń uwarunkowanych historycznie, stanowiących kontynuację ogrodzeń na sąsiednich nieruchomościach, ogrodzeń placów zabaw dla dzieci, usług nauki, usług oświaty, żłobków, klubów dziecięcych, ośrodków opiekuńczo-wychowawczych, ujęć wód, cmentarzy i wynikających z przepisów odrębnych; zakaz nie dotyczy żywopłotów o wysokości do 1,2 m,
 - b) granic między sąsiedzkich, niewidocznych z osi widokowych i nie sąsiadujących z terenami przestrzeni publicznych ulic, ciągów pieszych i pieszo jezdnych, placów, parków i skwerów, pod warunkiem pozostawienia otwartych przejść umożliwiających dotychczasowy kontakt między sąsiadami i ogólnodostępnymi

przejsć pieszych w ciągach komunikacyjnych wyznaczonych w miejscowych planach;

- 3) zakazuje się sytuowania ogrodzeń nieprzeziernych, za wyjątkiem ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej - zakaz dotyczy przęseł między podporami;
- 4) zakazuje się ogrodzeń wykonanych z następujących materiałów: prefabrykowanych elementów betonowych, żelbetowych i blachy, z wyjątkiem ogrodzeń placów budowy - zakaz dotyczy przęseł między podporami;
- 5) nie uważa się za ogrodzenia elementów małej architektury takich jak murki o wysokości do 0,5 m, pachołki, słupki, barierki, donice z zielenią, żywopłoty do wysokości 1,2 m.

Rozdział 6 Przepisy przejściowe

§ 16

1. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.
2. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały szyldów termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 24 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.
3. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 4 lata od dnia wejścia w życie uchwały.
4. Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków określonych w uchwale, z zastrzeżeniem §17:
 - 1) dopuszcza się maksymalnie 5% przekroczenia wielkości odnoszących się do wymiarów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, określonych w treści uchwały;
 - 2) w przypadku konieczności usunięcia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, po zakończeniu prac demontażowych należy uporządkować teren i przywrócić go do poprzedniego stanu.

§ 17

Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) obiekty małej architektury wymienione w §14 pkt 1-3, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały,
- 2) ogrodzenia wpisane do rejestru zabytków lub ujęte w gminnej ewidencji zabytków,
- 3) ogrodzenia, które do dnia wejścia w życie uchwały uzyskały pozytywne stanowisko właściwego organu.

Rozdział 7
Przepisy końcowe

§ 18

1. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Sopotu.
2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Pomorskiego.

PREZYDENT MIASTA

/-/ dr inż. Jacek Karnowski

UZASADNIENIE

Krajobraz miasta jest istotnym czynnikiem wpływającym na jakość życia mieszkańców, funkcjonowanie przedsiębiorstw, na standard wypoczynku i rehabilitacji kuracjuszy, na pełnienie funkcji uzdrowiska. Jednocześnie dla kształtowania krajobrazu najważniejszym czynnikiem jest zachowanie ładu przestrzennego i utrzymanie estetyki przestrzeni.

Dotychczasowe narzędzia prawne były niewystarczające dla ochrony krajobrazu miasta. Ustalenia zawarte w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, tylko w pewnym zakresie, zapewniały wprowadzenie ładu w przestrzeniach publicznych. Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, wprowadzająca zmiany do *ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym* wprowadziła narzędzia umożliwiające skuteczniejsze wdrażanie Europejskiej Konwencji Krajobrazowej na poziomie lokalnym.

W związku z powyższym, Rada Miasta Sopotu podjęła uchwałę Nr XII/152/2015 z dnia 19 października 2015 r. w sprawie przygotowania przez Prezydenta Miasta Sopotu projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Sopotu obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dalej zwane w niniejszym uzasadnieniu, uchwałą krajobrazową.

Ustalenia zawarte w uchwale krajobrazowej były przedmiotem procesów konsultacyjnych polegających na prezentacji wstępnej koncepcji oraz prezentacji projektu i debacie nad projektem przed i po uzgodnieniach proceduralnych.

Od czerwca 2016 r. trwają prace nad przygotowaniem uchwały krajobrazowej. Wykonano szereg prac inwentaryzacyjnych i analitycznych, w wyniku których oceniono stan istniejący reklam, małej architektury i ogrodzeń w mieście. Przeanalizowano również ustalenia obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w celu identyfikacji tych regulacji, które dotyczą zakresu przygotowywanej uchwały.

Ostatecznie w uchwale krajobrazowej zawarto regulacje stanowiące kontynuację ustaleń obowiązujących planów zagospodarowania przestrzennego miasta Sopotu, utrzymujące dotychczasowe zasady. Jednocześnie uchwała krajobrazowa wprowadza nowe ustalenia jednoznacznie definiując szczegółowy zakres i zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Ustalenia odnoszą się do wyznaczonych w załączniku graficznym obszarów strukturalnych, które charakteryzują się wspólnymi cechami krajobrazu lub dla których założono sformułowanie indywidualnych ustaleń. W skład obszarów strukturalnych wchodzi obszar oznaczony symbolami od A do H, obszar indywidualnej promocji w częściach od a do m oraz obszar wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego. Dla obiektów i miejsc indywidualnej promocji, uchwała określa szczególne dopuszczenia wynikające z polityki marketingowej miasta.

Ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń stanowią odrębne ustalenia i odnoszą się do obszarów strukturalnych, bądź do całego obszaru miasta. Zakres regulacji uchwały krajobrazowej ograniczono do wykluczenia rozwiązań, które w sposób szczególny mogłyby zakłócić ład przestrzenny lub ekspozycję krajobrazu.

W uchwale krajobrazowej zostało zrealizowane podstawowe założenie, jakim jest uporządkowanie środowiska wizualnego w mieście i ustalenie zasad i warunków sytuowania: obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, w tym szyldów,

ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Uchwała krajobrazowa ogranicza sytuowanie tablic reklamowych, urządzeń reklamowych tylko do tych wymienionych w uchwale, chyba że ich sytuowanie zostało określone w przepisach odrębnych. Pozwoli to na wykluczenie reklam, dla których uchwała nie przewiduje regulacji lub wykluczenie dowolnej interpretacji w zakresie ilości, formy i gabarytów.

W związku z historycznym układem urbanistycznym Sopotu, który został wpisany do rejestru zabytków województwa pomorskiego pod nr rej. 936, jako układ urbanistyczno-krajobrazowy miasta Sopotu, uchwała w pełni respektuje i wzmacnia ochronę dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej. Zasady sytuowania reklam w kontekście ochrony dziedzictwa kultury i walorów architektonicznych miasta Sopotu, realizowane są poprzez zakaz sytuowania reklam, za wyjątkiem szyldów, na obiektach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego oraz zapewnienie przedpoła ekspozycji w osiach widokowych, panoramom miasta i zabytkom. Ponadto ochronę zapewniono poprzez obowiązek dopasowania kompozycyjnego kształtu, wielkości, kolorystyki, sposobu oświetlenia do detali architektonicznych budynków i wyznaczanie w projekcie budowlanym lokalizacji i formy reklamy na obiekcie.

Jednocześnie uchwała krajobrazowa reguluje szeroki zakres możliwości sytuowania reklam na obszarze miasta. Dla każdego z obszarów strukturalnych wybrano adekwatnie do charakterystyki obszaru i atrakcyjności lokalizacyjnej dla sytuowania reklam, odpowiednią grupę urządzeń i tablic reklamowych, regulując równocześnie ich ilość, formę i gabaryty.

W procesie sporządzenia uchwały krajobrazowej, zapewniono udział społeczeństwa, poprzez:

1. podanie do publicznej wiadomości informacji o podjęciu przez Radę Miasta Sopotu uchwały Nr XII/152/2015 z dnia 19 października 2015 r. w sprawie przygotowania przez Prezydenta Miasta Sopotu projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Sopotu obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.
2. podanie do publicznej wiadomości informacji o wyłożeniu do publicznego wglądu projektu uchwały krajobrazowej w dniach od 18 września 2017 r. do 13 października 2017 r. w siedzibie Urzędu Miasta Sopotu, przy ul. Kościuszki 25/27, pokój nr 107, w godzinach: w poniedziałki od 10.00 do 18.00, a od wtorku do piątku od 10.00 do 14.00. Uwagi należało składać na piśmie do Prezydenta Miasta Sopotu, w nieprzekraczalnym terminie **do dnia 27 października 2017 r.** W związku z wyłożeniem do publicznego wglądu do projektu planu wpłynęło 12 pism-uwag, w których poruszono 115 tematów. Uwagi zostały rozstrzygnięte zgodnie z załącznikiem nr 2 do uchwały.
3. Ponadto w procedurze opracowywania uchwały krajobrazowej odbyły się:
 - dwie debaty publiczne w dniu 20.04.2017r. i 11.10.2017 r.
 - projekt uchwały dwukrotnie był przedstawiany na posiedzeniu Honorowej Rady Architektury w dniu 08.05.2017 i 23.10.2017r.,
 - projekt uchwały był prezentowany w dniu 24.10.2017r Komisjom Urbanistyki i Architektury, Inżynierii Miejskiej i Środowiska, Sportu, Turystyki i Młodzieży oraz pozostałym Radnym Miasta Sopotu.

Wpływ na finanse publiczne, w tym budżet gminy

Uchwała krajobrazowa przyczyni się do wzmocnienia walorów ekonomicznych przestrzeni oraz do zapewnienia realizacji potrzeb wynikających z interesu publicznego. Nie przewiduje się istotnego wpływu realizacji uchwały krajobrazowej na finanse publiczne, w tym na budżet gmin.

WICEPREZYDENT MIASTA

/-/ Marcin K. Skwierawski