

do uchwały Nr Rady Miasta Sopotu
z dnia2018r.
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.

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag

Projekt uchwały 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, był wyłożony do publicznego wglądu **od 18 września 2017 r. do 13 października 2017 r.** w siedzibie Urzędu Miasta Sopotu. Uwagi można było składać w nieprzekraczalnym terminie do dnia **27 października 2017 r.** W związku wyłożeniem do publicznego wglądu do projektu uchwały wpłynęło 12 pism z uwagami.

- 1. Pismo nr I złożone 17 października 2017 r. przez firmy: Metropolis Polmetro sp. z O.O. Sp. K., Kopi Dominik Pawlak**

Uwaga dotyczyła:

Zezwolenia na umieszczenie tablic informacyjnych przy zbiegu ulic Sępiej i ulicy Zamkowej Góry o camping, kawiarni i restauracji zlokalizowanych przy Al. Niepodległości.

Rozpatrzenie uwagi – nie uwzględnia się, bezzasadna.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ uchwała nie przewiduje takiej formy reklamy. Jest to rodzaj tablicy informacyjnej pełniącej funkcję nośnika treści informacyjnych, które powinny się zawierać w systemie informacji miejskiej. Procedowana uchwała nie obejmuje regulacji w tym zakresie.

- 2. Pismo nr II złożone 26 października 2017 r. przez firmę „RUCH” S.A.**

Uwagi dotyczyły:

- 1) Ustalenia w uchwale zasad stosowania tablic informacyjnych służących do informowania o możliwości nabycia biletu komunikacji miejskiej, odbioru paczki pocztowej czy dostępności w kiosku terminali do płatności kartą. Wprowadzenie dodatkowej definicji dotyczącej tablic informacyjnych i ich parametrów.
- 2) Zmiany ustaleń § 8 ust 1 uchwały dotyczącej dopuszczenia na całym obszarze miasta tablic informacyjnych niezależnie od zasad sytuowania SIM i sytuowania tablic i urządzeń reklamowych.
- 3) Korekta definicji witacza wejściowego o rozszerzenie informacji o bieżącej ofercie handlowej, nie tylko na stojaku ale również przy okienku sprzedażowym.

- 4) Rozszerzenia sytuowania szyldu na całej szerokości attyki dla kiosków i dodatkowym dopuszczeniu szyldu przyległego i semaforowego z następstwem korekt w całej uchwale.
- 5) Dopuszczenia dla wolnostojących obiektów usługowo-handlowych (w tym kiosków) szyldu przyległego z każdej strony obiektu (kiosku).
- 6) Dopuszczenia dla wolnostojących obiektów usługowo-handlowych (w tym kiosków) semaforu z każdej strony obiektu (kiosku).
- 7) Dopuszczenia dla wolnostojących obiektów usługowo-handlowych (w tym kiosków) indywidualnej ilości szyldów, tzn. szyldu przyległego na każdej widocznej elewacji i jednego szyldu semaforowego.
- 8) Rozszerzenia możliwości sytuowania citylight na niewielkich punktach usługowo-handlowych, w tym kioskach, w obszarach A, B, D oraz Alei Niepodległości.
- 9) Dodanie do rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dodatkowo naklejek i tabliczek w drobnym formacie oraz wyklejki do 20% przeszklania.
- 10) Przedłużenia terminu dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych co najmniej do 3 lat.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – częściowo uwzględnia się, częściowo bezzasadna.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ uchwała nie przewiduje zasad sytuowania tablic pełniących funkcję nośników treści informacyjnych, które powinny być ujęte w systemie informacji miejskiej. Procedowana uchwała nie obejmuje regulacji dotyczących systemu informacji miejskiej. Jednakże można uznać, że przewidywana w uchwale naklejka i tabliczka forma samoprzylepna lub nie, w drobnym formacie

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ w uchwale nie przewiduje się regulowania zasad sytuowania tablic pełniących funkcję nośników treści informacyjnych, które powinny być ujęte w systemie informacji miejskiej.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ już w założeniach do projektu uchwały wyznaczone zostały sztywno zasady sytuowania witaczy wejściowych, celem ograniczenia ich występowania w mieście. Stanowią one przestrzenne bariery dla pieszych w pasach drogowych ulic, na chodnikach i ciągach spacerowych, placach, zwłaszcza dla niepełnosprawnych i służb miejskich. Definicja i zasady sytuowania witacza wejściowego są określone w §6 ust. 2 pkt 43 uchwały, jako 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 małej powierzchni ekspozycyjnej, lecz nie większej niż 0,7 m².

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – częściowo nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi dotyczące możliwości sytuowania na kiosku szyldu semaforowego nie uwzględnia się, ponieważ szyld semaforowy przyporządkowany jest elewacji budynku na wysokości nie niższej niż 2,40 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim. Nie dopuszcza się szyldu semaforowego na kiosku. W założeniach do uchwały i w istniejącej historycznej tkance miasta, szyld semaforowy jest przede wszystkim sytuowany na elewacjach w parterach kamienic z usługami i budynków użyteczności publicznej. Kiosk nie spełnia warunków dla sytuowania szyldu semaforowego, a jednocześnie powinien być atrakcyjnym meblem miejskim o zwartej bryle, nie degradującej przestrzeni publicznej miasta. Z założenia wiadomo co można kupić w kiosku i jak można za to zapłacić, ale jeżeli zaistnieją wątpliwości to tylko raz, a reklama dalej będzie funkcjonować.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ już w założeniach do projektu uchwały wyznaczone zostały zasady sytuowania szyldów przyległych. To forma kiosku powinna identyfikować rodzaj usługi i zakres towarów jakie ma do zaoferowania. Współczesne rozwiązania projektowe identyfikują rodzaj usługi w kiosku poprzez formę, estetykę i kolorystykę obiektu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 6 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ już w założeniach do projektu uchwały wyznaczone zostały zasady sytuowania szyldów semaforowych. To forma kiosku powinna identyfikować rodzaj usługi i zakres towarów jakie ma do zaoferowania. Współczesne rozwiązania projektowe identyfikują rodzaj usługi w kiosku poprzez formę, estetykę i kolorystykę obiektu. Szyld semaforowy przyporządkowany jest elewacji budynku na wysokości nie niższej niż 2,40 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim. Nie dopuszcza się szyldu semaforowego na kiosku. W założeniach do uchwały i w istniejącej historycznej tkance miasta, szyld semaforowy jest przede wszystkim sytuowany na elewacjach w parterach kamienic z usługami i budynków użyteczności publicznej. Kiosk nie spełnia warunków dla sytuowania szyldu semaforowego, a jednocześnie powinien być atrakcyjnym meblem miejskim o zwartej bryle, nie degradującej przestrzeni publicznej miasta. Z założenia wiadomo co można kupić w kiosku i jak można za to zapłacić, ale jeżeli zaistnieją wątpliwości to tylko raz, a reklama dalej będzie funkcjonować.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 7 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ już w założeniach do projektu uchwały wyznaczone zostały zasady sytuowania szyldów przyległych i semaforowych. To forma kiosku powinna identyfikować rodzaj usługi i zakres towarów jakie ma do zaoferowania. Współczesne rozwiązania projektowe identyfikują rodzaj usługi w kiosku poprzez formę, estetykę i kolorystykę obiektu.

W uchwale ustala się jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie usytuowany od strony miejsca obsługi klienta. Nie dopuszcza się szyldu semaforowego na kiosku. W założeniach do uchwały i w istniejącej historycznej tkance miasta, szyld semaforowy jest przede wszystkim sytuowany na elewacjach w parterach kamienic z usługami i budynków użyteczności publicznej. Kiosk nie spełnia warunków dla sytuowania szyldu semaforowego,

a jednocześnie powinien być atrakcyjnym meblem miejskim o zwartej bryle, nie degradującej przestrzeni publicznej miasta. Z założenia wiadomo co można kupić w kiosku i jak można za to zapłacić, ale jeżeli zaistnieją wątpliwości to tylko raz, a reklama dalej będzie funkcjonować.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 8 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ już w założeniach do projektu uchwały wyznaczone zostały zasady sytuowania podświetlonej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o wymiennej ekspozycji, typu citylight, w formacie średnim, jedynie w ściśle określonych miejscach, czyli w wiatach przystankowych i w wyszczególnionych terenach. Założenia do uchwały były przedmiotem prac na etapie koncepcji projektu uchwały, w trakcie dyskusji publicznej nad przyjęciem założeń i zbierania opinii zainteresowanych mieszkańców, inwestorów i przedsiębiorców zajmujących się reklamą. Założenia były również przedmiotem opinii międzywydziałowej UM Sopotu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 9 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ w uchwale wyczerpano niezbędny zakres definicji. Dodanie do rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dodatkowo naklejek i tabliczek w drobnym formacie oraz wyklejki do 20% przeszklenia, nie mieści się w przyjętym wykazie zdefiniowanych tablic i urządzeń reklamowych, jako mogących wystąpić na obszarze miasta według określonych zasad. Zasady te zostały wypracowane na etapie tworzenia założeń do uchwały i były przedmiotem prac na etapie koncepcji projektu uchwały, w trakcie dyskusji publicznej nad przyjęciem założeń i zbierania opinii zainteresowanych mieszkańców, inwestorów i przedsiębiorców zajmujących się reklamą. Założenia były również przedmiotem opinii międzywydziałowej UM Sopotu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 10 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ istnieje pilna potrzeba oczyszczenia przestrzeni publicznej miasta z chaosu reklamowego. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

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. Pismo nr III złożone 26 października 2017 r. przez osobę prywatną

Uwagi dotyczyły:

- 1) Respektowania praw nabytych.
- 2) Uregulowania ustaleń uchwały tak aby były spójne, jasne, koherentne, zgodne z Konstytucją RP.

- 3) Dopuszczenia w centrum miasta reklam o formacie średnim do 2,5 m²: wolnostojących, na obiektach budowlanych i w wiatach.
- 4) Dopuszczenia tablic wolnostojących formatu do 18 m².
- 5) Dopuszczenie ekranów elektronicznych wolnostojących i na obiektach budowlanych formatu średniego do 2,5m².

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – w części uwzględniona.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagę uwzględnia się w części dotyczącej reklamy okolicznościowej wydłużając termin ekspozycji reklamy do 2 tygodni przed wydarzeniem, co wynika z podjętych zobowiązań.

W pozostałym zakresie uwagi nie uwzględnia się, ponieważ art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Wspomniany art. 37 a nie nakłada na władze miasta obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które nie zostały usytuowane legalnie i tych, które funkcjonują nielegalnie, tym bardziej, że traktuje się wszystkie dotychczas istniejące tablice i urządzenia reklamowe w mieście jako legalne.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – uwzględnia się w części.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi w części dotyczącej zgodności z Konstytucją nie uwzględnia się, ponieważ art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu daje możliwość wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Uchwała jest opracowywana zgodnie z ustawą, to znaczy że zgodnie z Konstytucją RP.

W odniesieniu do zarzutu braku spójności, jasności i niekoherentności ustaleń zawartych w uchwale, zostały wprowadzone korekty porządkujące i uczyniające ustalenia w niej zawarte oraz nadające jej większej przejrzystości j spójności między poszczególnymi zapisami poprzez m.in. uszczegółowienie nazw rozdziałów, ujednolicenie terminologii używanej w uchwale (m.in. tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, obiekty małej architektury), korektę zapisów w poszczególnych rozdziałach w taki sposób aby uchwała była jasna i czytelna w zakresie tego jakie ustalenia dot. wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, a jakie dotyczą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, uczynienie zapisów uchwały regulujących kwestie dot. *nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale* poprzez korektę określenia o jakie obiekty małej architektury chodzi tj. o te, które są wymienione w §14 pkt 1-3, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, oraz doprecyzowanie w zakresie jakie ogrodzenia nie wymagają dostosowania

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – częściowo uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały. W uchwale dopuszcza się reklamę w wiatach przystankowych w formie Citylight lub tablic świetlnych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, zostały poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – częściowo uwzględniona.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się w części dotyczącej ekranów elektronicznych wolnostojących i na budynkach, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, zostały poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały. Natomiast wniesiono korektę do uchwały polegającą na dopuszczeniu ekranu świetlnego w wiacie przystankowej.

4. Pismo nr IV złożone 27 października 2017 r. przez osobę prywatną.

Uwagi dotyczyły:

- 1) Braku określenia warunków dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały w sytuowania tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwały w sposób na tyle precyzyjny by nie dopuścić do ewentualnych sytuacji kolizyjnych – respektowanie praw nabytych.
- 2) Braku precyzyjnego określenia granic obszaru indywidualnej promocji w części od a do m,
- 3) Dopuszczenia reklam wielkoformatowych na siatkach remontowych nie tylko na elewacjach ale także na dachach na czas trwania robót budowlanych, dopuszczenia formatu dużego lub do 70% powierzchni siatki, oraz rozszerzenia możliwości reklamowania nie tylko do producenta materiałów budowlanych i wykonawcy oraz instytucji.
- 4) Dopuszczenia sytuowania reklam wielkoformatowych w formie siatek na ścianach szczytowych budynków, na pustostanach, budynkach przeznaczonych do rozbiórki, halach produkcyjnych, zakładów oraz budynkach, których budowę rozpoczęto, a następnie nie ukończono.
- 5) Wydłużenie terminu dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie tablic i urządzeń reklamowych do 5 lat.
- 6) Propozycja rezygnacji z uregulowań dotyczących reklam na obiektach znajdujących się w ruchu.
- 7) Wykreślenia nieprecyzyjnych i niejednoznacznych określeń, w szczególności: np., itp., dłuższy czas, historycznie istniały.
- 8) Korekty poszczególnych formatów – konieczne precyzyjne określenie wielkości reklam.
- 9) Precyzyjnego określenia możliwości sytuowania konkretnych nośników na skonkretyzowanych działkach ewidencyjnych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Wspomniany art. 37 a nie nakłada na władze miasta obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które nie zostały usytuowane legalnie i tych, które funkcjonują nielegalnie, tym bardziej, że traktuje się wszystkie dotychczas istniejące tablice i urządzenia reklamowe w mieście jako legalne.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Doprecyzowano opis granic obszaru indywidualnej promocji w częściach od a do m.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 i 4 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, zostały poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ istnieje pilna potrzeba oczyszczenia przestrzeni publicznej miasta z chaosu reklamowego. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. 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.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 6 – częściowo uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ istnieje pilna potrzeba oczyszczenia przestrzeni publicznej miasta z chaosu reklamowego, wynikającego między innymi z sytuowania reklam na lawetach, pojazdach samochodowych ustawianych na parkingach, wzdłuż ulic, na placach, chodnikach. Miejsca pozostawienia takich reklam są często przypadkowe, gabarytowo niedostosowane do krajobrazu. Natomiast usunięto z uchwały definicję i regulacje w zakresie reklamy tranzytowej.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 7 – częściowo nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi częściowo nie uwzględnia się, ponieważ w niektórych fragmentach tekstu stosowanie i tym podobne „itp.”, na przykład „np.”, „czas dłuższy” lub „historycznie istniały” daje szerszą możliwość zastosowania przepisu. Jednakże w części uchwały skorygowano optymalną ilość używanych skrótów.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 8 – częściowo uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Formaty zostały określone w jednoznaczny sposób.

Dla poprawy czytelności w ustaleniach dotyczących wielkości powierzchni ekspozycyjnej tablic i urządzeń reklamowych, posłużono się słowem „powyżej” zamiast „od”.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 9 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Szczegółowość ustaleń dotycząca zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych uzależniono od warunków i miejsca ich sytuowania. W przypadku citylight stosuje się precyzyjny opis przyporządkowując sytuowanie numerom działek ewidencyjnych, dla obszarów które stanowią historyczne centrum miasta, a w przypadku bilbordów stosowane są oznaczenia w postaci symboli na rysunku, ponieważ ich lokalizacja wyznaczona jest z założenia orientacyjnie w obszarze indywidualnej promocji.

5. Pismo nr V złożone 27 października 2017 r. przez osobę prywatną.

Uwagi dotyczyły:

- 1) Dopuszczenia ogrodzeń między sąsiadami poza osiami widokowymi.
- 2) Wprowadzenia szczegółowych zasad sytuowania ogrodzeń dla konkretnych użytkowników.
- 3) Zastosowanie ogólnie sopockiego stylu ogrodzeniowego.
- 4) Nie stosowania zakazów sytuowania reklam i ogrodzeń dla przestrzeni niewidocznych, poza osiami widokowymi i przestrzeniami publicznymi

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 –uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Dopuszczenie w uchwale ogrodzeń między sąsiadami poza osiami widokowymi.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – częściowo nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi częściowo nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania ogrodzeń są dość szczegółowo ustalone w uchwale z wyróżnieniem obiektów i terenów o tym samym rodzaju użytkowania.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ nie istnieje taki projekt. Zasady sytuowania ogrodzeń są dość szczegółowo ustalone w zakresie materiałów i parametrów. Ponadto w uchwale przytacza się również zasady obowiązujące w oparciu o ochronę konserwatorską prawie całego miasta jako historycznego układu urbanistycznego Sopotu, który został wpisany do rejestru zabytków województwa pomorskiego pod nr rej. 936.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – częściowo nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi częściowo nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, zostały poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały. Dopuszczanie sytuowania reklam poza obszarem przestrzeni publicznych lub poza osiami widokowymi, mija się z celem sytuowania reklamy.

Dopuszczenie w uchwale ogrodzeń między sąsiadami poza osiami widokowymi.

6. Pismo nr VI złożone 27 października 2017 r. przez firmę B52 Sp. z o.o. .

A. Zarzuty niezgodności projektu uchwały z Konstytucją RP:

- 1) Ochrona praw własności – ograniczenia i zakazy dla właścicieli nieruchomości, utrata możliwości czerpania przychodów, renty z kapitału zainwestowanego w nieruchomość.
- 2) Ochrona praw nabytych – podporządkowanie uchwale wszystkich istniejących tablic i urządzeń reklamowych; o uszanowanie praw nabytych.
- 3) Zasada nie działania prawa wstecz – przepisy uchwały weryfikują legalność istniejących tablic i urządzeń reklamowych.
- 4) Zasady proporcjonalności – uznanie zasadności wprowadzenia ograniczeń w zakresie ochrony interesu publicznego, przydatności i proporcji do ciężarów nakładanych na obywatela.

B. Kolizje uchwały z uchwałą planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i innymi aktami prawnymi:

- 1) Brak określenia warunków dostosowania istniejących szyldów do ustaleń uchwały.
- 2) Brak jednoznacznego określenia granic obszarów.
- 3) Brak jednoznacznego określenia w uchwale obszarów, w których dopuszczone zostało usytuowanie billboardów.
- 4) Wyznaczenie obszarów indywidualnej promocji wykracza poza dziedzinę ochrony krajobrazu i jest sprzeczne z zasadą równości wobec prawa.
- 5) Sprzeczność z zasadami prawa w zakresie równości wobec prawa.
- 6) Ustalenia uchwały godzą w zasadę równego traktowania w ramach jednego obszaru i wprowadzają uprzywilejowanie konkretnych podmiotów, w tym samej gminy.
- 7) Korekta warunków sytuowania reklam w odległości minimum 2m od krawędzi jezdni stanowi przekroczenie ustawowej delegacji.
- 8) Przekroczenie normy kompetencyjnej w zakresie definicji – wprowadzenie podziału w definicjach nazw tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
- 9) Usunięcie zakazu stosowania reklamy mobilnej.
- 10) Rozszerzenie ograniczenia dotyczącego sytuowania pylonów cenowych jedynie przez sprzedawców paliw.
- 11) Rozszerzenie możliwości sytuowania ekranów świetlnych,

12) Rozszerzenie okresu dostosowania maksymalnie do czasu zakończenia postępowań wokół wątpliwości prawnych konstytucyjnych i administracyjnych,

C. Niezgodność uchwały z zasadami techniki prawodawczej:

- 1) Zweryfikowanie niejednoznacznych pojęć i określeń zawartych w uchwale - definicji i sformułowań, które mogą być dowolnie interpretowane.
- 2) Brak czytelności w podziale na obszary strukturalne i w podziale na strefy ochrony konserwatorskiej.
- 3) Niezgodność uchwały z zasadami techniki prawodawczej na etapie tworzenia prawa – brak audytu - krajobrazowego – inwentaryzacji tablic reklamowych i skutków finansowych uchwalenia uchwały krajobrazowej.

D. Uwagi do generalnego zakazu sytuowania reklam na materiale winylowym oraz na siatce budowlanej, innej niż wizualizacja obiektu.

- 1) Wprowadzenie możliwości sytuowania reklamy na materiale winylowym oraz na siatce budowlanej, innej niż wizualizacja obiektu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt A.2 w części uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagę uwzględnia się w części dotyczącej reklamy okolicznościowej wydłużając termin ekspozycji reklamy do 2 tygodni przed wydarzeniem, co wynika z podjętych zobowiązań.

W pozostałym zakresie uwagi nie uwzględnia się, ponieważ art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Wspomniany art. 37 a nie nakłada na władze miasta obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które nie zostały usytuowane legalnie i tych, które funkcjonują nielegalnie, tym bardziej, że traktuje się wszystkie dotychczas istniejące tablice i urządzenia reklamowe w mieście jako legalne.

Rozpatrzenie uwagi w pkt A.1 i 3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwag nie uwzględnia się, ponieważ wymienione w piśmie „Zarzuty niezgodności projektu uchwały z Konstytucją RP” ustawodawca reguluje w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, która jest podstawą do podjęcia procedowanej uchwały krajobrazowej. Ustawa nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Wspomniany art. 37 a nie nakłada na władze miasta obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które nie zostały usytuowane legalnie i tych, które funkcjonują nielegalnie, tym bardziej, że traktuje się wszystkie dotychczas istniejące tablice i urządzenia reklamowe w mieście jako legalne.

Rozpatrzenie uwagi w pkt A.4 – częściowo uwzględniona.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwzględnia się uwagę częściowo w zakresie zachowania proporcjonalności dla wyrównania dopuszczonej wysokości pylonów głównych i zbiorczych do 3,5 m.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.1 – uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uzupełniono w tekście uchwały opis warunków dostosowania istniejących szyldów do ustaleń uchwały w §16 ust. 4

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.2 – częściowo nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi częściowo nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Granice obszarów zostały przedstawione na rysunku stanowiącym załącznik nr 1 do uchwały oraz szczegółowo opisane w tekście uchwały. Jednakże wątpliwości składającego uwagę co do czytelności opisu granic, skłoniły do uszczegółowienia opisu granic obszaru indywidualnej promocji w poszczególnych fragmentach od a do m. Uzupełniono w tekście uchwały opis o numery ewidencyjne działek występujących w tym obszarze.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Zasady sytuowania billboardów zostały opisane w poszczególnych fragmentach obszaru indywidualnej promocji oraz oznaczone symbolem na rysunku stanowiącym załącznik nr 1 do uchwały, jako orientacyjne lokalizacje. Orientacyjną lokalizację ustalono adekwatnie do skali mapy, na której został wykonany rysunek stanowiący załącznik nr 1 do uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.4, 5, 6 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Granice obszarów zostały wyznaczone zgodnie z wymogami art. 37a ust. 6, 7 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bo priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Wspomniany art. 37 a nie nakłada na władze miasta obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.7 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ nie jest sprzeczna z przepisami ustawy o drogach publicznych. Zarządcą dróg publicznych w mieście jest Zarząd Dróg i Zieleni w Sopocie, jako jednostka organizacyjna miasta jest instytucją, której głównym zadaniem jest zarządzanie i realizacja zadań związanych z utrzymaniem, remontami i prowadzeniem inwestycji między innymi w drogach publicznych. Uchwała jest zgodna z ustawą o drogach publicznych i rozporządzeniem Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie.

Projekt uchwały był przedmiotem opinii ZDiZ.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.8 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ nie jest sprzeczna z przepisami odrębnymi, a zasadniczo spójna z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w zakresie definicji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.9 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ istnieje pilna potrzeba oczyszczenia przestrzeni publicznej miasta z chaosu reklamowego, wynikającego między innymi z sytuowania reklam na lawetach, pojazdach samochodowych ustawianych na parkingach, wzdłuż ulic, placach, chodnikach. Miejsca pozostawienia takich reklam są przypadkowe, gabarytowo niedostosowane do krajobrazu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.10, B.11 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w uchwale wynikają z przeprowadzonych analiz, konsultacji społecznych i opinii międzywydziałowych Urzędu Miasta w Sopocie, poparte opiniami i uzgodnieniami stosowanie do procedury sporządzania projektu uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt B.12 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ istnieje pilna potrzeba oczyszczenia przestrzeni publicznej miasta z chaosu reklamowego. Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały sztyldów termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 24 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt C.1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ w niektórych fragmentach tekstu stosowanie ogólnych pojęć i dopuszczanie stosowania podobnych rozwiązań daje szerszą możliwość zastosowania przepisu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt C.2 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi częściowo nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Granice obszarów zostały przedstawione na rysunku stanowiącym załącznik nr 1 do uchwały oraz szczegółowo opisane w tekście uchwały. Jednakże wątpliwości składającego uwagę co do czytelności opisu granic, skłoniły do uszczegółowienia opisu granic obszaru indywidualnej promocji w poszczególnych fragmentach od a do m. Uzupełniono w tekście uchwały opis o numery ewidencyjne działek występujących w tym obszarze.

Rozpatrzenie uwagi w pkt C.3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W pracach przygotowawczych zastosowano pełen zakres inwentaryzacji i analiz, przygotowano prezentacje do dyskusji publicznej nad założeniami do projektu, jak również zebrano dodatkowe wnioski poza proceduralne. W wyniku zebranego materiału przeprowadzono ponownie szeroką dyskusję między wydziałami Urzędu Miasta jak również instytucjami zarządzającymi kluczowymi terenami w mieście. Projekt uchwały był przedłożony do opinii i uzgodnień urzędowi i instytucjom, a następnie był wyłożony do publicznego wglądu zgodnie ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

Rozpatrzenie uwagi w pkt D.1 – nie uwzględnia się, bezzasadna.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Ustalone w uchwale zasady sytuowania reklam na siatce budowlanej lub tablicy wolnostojącej nie ograniczają rodzajów użytych materiałów, z których mają być wykonane jak również dopuszczają reklamą inną niż wizualizacja realizowanego obiektu. Jest to reklama produktu, który został wykorzystany do prac budowlanych jak również firmy, która te prace wykonuje.

7. Pismo nr VII złożone 27 października 2017 r. przez firme Esentra Sp. z o.o..

Uwagi dotyczyły:

- 1) Dopuszczenia tablicy informacyjnej przy wejściu na plażę z wymienionymi usługami świadczonymi na plaży i logiem: restauracja, serwis plażowy, boiska do siatkówki, strefa fitness, crossfit, plac zabaw dla dzieci.
- 2) Dopuszczenia reklamy w formie logo na bandach torów skimboardowych,
- 3) Dopuszczenia reklamy na 2 flagach przy torach skimboardowych,
- 4) Dopuszczenia tablicy informacyjnej z regulaminem torów skimboardowych i reklamy w formie logo na tablicy z regulaminem torów skimboardowych,
- 5) Dopuszczenia reklamy na elementach serwisu plażowego: reklama na falbanie, reklama na leżakach,
- 6) Dopuszczenia reklamy w formie logo na siatkach do boisk do siatkówki,
- 7) Dopuszczenia reklamy w formie logo na podeście do ćwiczeń fitness,
- 8) Dopuszczenia reklamy w formie logo na elementach do treningu crossfit.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W uchwale zastosowano tablicę wolnostojącą, jedynie jako tablicę reklamową jedno lub dwustronną, na trwale związaną z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, o formacie nie większym niż mały, sytuowaną przy wejściach na plażę, której część powierzchni ekspozycyjnej zajmuje system informacji miejskiej, w ilości nie więcej niż jedna na wejście. Odwołując się do założeń uchwały, nie przewiduję innych tablic w rejonie plaży. Informacje te mogą się znaleźć w systemie informacji miejskiej, a tych uchwała nie reguluje.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 - uwagę uznaje się za bezzasadną, uwzględnioną.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi jest bezzasadna ponieważ uwzględniona w uchwale.

Zgodnie z uchwałą szyld jako logo może wystąpić na bandach - na elementach wygrodzeniowych w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych w formacie nie większym niż drobny.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się ponieważ w obszarze strukturalnym „G” – promocji w strefie plaż, nie dopuszcza się takiej formy reklamy.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – uwagę częściowo uznaje się za bezzasadną, bo nie dotyczy zakresu objętego uchwałą.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwaga jest bezzasadna ponieważ nie dotyczy zakresu uchwały. Regulaminy i instrukcje nie podlegają regulacji w zakresie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W obszarze strukturalnym „G” – promocji w strefie plaż, dopuszcza się reklamy na leżaku i falbanie.

Rozpatrzenie uwagi w pkt od 6 do 8 – uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W obszarze strukturalnym „G” – promocji w strefie plaż, uchwała dopuszcza reklamę w formie logo na urządzeniach sportowych boisk do siatkówki, na podeście do ćwiczeń fitness, elementach do treningu crossfit.

8. Pismo nr VIII złożone 27 października 2017 r. przez osobę prywatną .

Uwaga dotyczyła:

Umieszczenie poprawek na planie renowacji skarpy na ul. Sobieskiego róg 3 Maja w Sopocie.

Rozpatrzenie uwagi – nie uwzględnia się, bezzasadna.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Treść uwagi nie dotyczy uchwały wyłożonej do publicznego wglądu, lecz inwestycji miejskiej polegającej na remoncie skarpy przy ul. Sobieskiego i spraw własnościowych.

9. Pismo nr IX złożone 27 października 2017 r. przez przedsiębiorstwo PTH Kąpielisko Morskie Sopot.

Uwaga dotyczyła:

- 1) Niejasności różnicy w sformułowaniu między „naklejką” a „wyklejką” oraz konieczności uwzględnienia „wyklejki” w spisie form reklamowych dopuszczonych w części „e” obszaru indywidualnej promocji – z uwagi na dotychczasową praktykę.
- 2) Uwzględnienie banera w obszarze strukturalnym G – promocji w strefie plaż na czas wydarzeń sportowych

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – w części nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Ustalone w uchwale zasady sytuowania naklejki i wyklejki zostały opisane w definicjach. Nie ma wątpliwości, że są to dwa różne rodzaje tablic reklamowych. Jednakże dla poprawienia czytelności definicji „wyklejki” wprowadzono nieznaczną korektę tej definicji. Brzmi ona następująco:

wyklejka - rodzaj reklamy na przeszkloną witrynę lokalu, o formacie stanowiącym procentowe pokrycie szyby, ustalonym w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów wymienionych w niniejszej uchwale.

Tymczasem definicja naklejki brzmi:

naklejka, tabliczka – forma samoprzylepna lub nie, w drobnym formacie.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwzględniono w uchwale w baner w obszarze strukturalnym G – promocji w strefie plaż na jako reklamę okolicznościową.

10. Pismo nr X złożone 27 października 2017 r. przez firmę Cityboard Media Sp. z o.o za pośrednictwem radcy prawnego .

Uwagi dotyczyły:

- 1) Braku wyłożenia do publicznego wglądu na BIP załączników obszaru indywidualnej promocji.
- 2) Braku opisu granic obszarów strukturalnych, w tym obszaru indywidualnej promocji.
- 3) Braku definicji billboardów naściennych, podniesienia wysokości billboardów z 7m do 9m i zmiany niepoprawnej pisowni słowa „Billboard”.

- 4) Propozycji zmiany lub usunięcia definicji „nośnika reklamowego”.
- 5) Propozycji usunięcia nieprecyzyjnej definicji pola powierzchni ekspozycyjnej reklamy.
- 6) Propozycji usunięcia definicji i ustaleń dotyczących reklamy obwoźnej i tranzytowej.
- 7) Usunięcia słów „trwale związane z gruntem” i „przenośne” z definicji reklamy wolnostojącej.
- 8) Usunięcia słów „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” – zapis sprzeczny z pojęciem tablic wolnostojących i urządzeń reklamowych przyjmowanym przez orzecznictwo sądów administracyjnych.
- 9) Zmiany formatów dopuszczalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej tablic i urządzeń reklamowych do następujących formatów: drobny – do 9m², mały – 9-18m², średni – 18-24m², duży -24-48m², wielki – powyżej 48m²,
- 10) Usunięcie słów „i ustaleniami zawartymi w niniejszej uchwale” zawartych w §8 ust.2.- sytuowanie reklam w drogach zgodnie z ustawą z dnia 21 marca 1985r o drogach publicznych
- 11) Całkowitego wykreślenia §9 ust. 1 pkt 4 Projektu, jako pojęć nieostrych, pozostających w luzie interpretacyjnym.
- 12) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych C -H – „reklama sprzedaży nieruchomości” – zapis wykracza poza kompetencje rady gminy do sytuowania treści reklamowych umieszczanych na tablicach i urządzeniach reklamowych.
- 13) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych C – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 14) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych D – „reklama sprzedaży nieruchomości” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 15) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych D – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 16) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych E – „reklama sprzedaży nieruchomości” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 17) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych E – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 18) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych F – „reklama sprzedaży nieruchomości” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 19) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych F – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 20) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych G – „reklama sprzedaży nieruchomości” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 21) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych G – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 22) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych H – „reklama sprzedaży nieruchomości” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 23) Zmiany zapisu dotyczącego tablic wolnostojących w obszarach strukturalnych H – „reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości której dotyczy na czas nie dłuższy niż 3 miesiące” - zapis poza zakresem ustawowym.
- 24) Całkowitego wykreślenia §12 ust.1 pkt 1 – determinującego reklamy o charakterze promocji imprez sportowo-kulturalnych – zapis ten wyklucza określone podmioty z możliwości reklamowania się.

25) Nadania §16 ust.2 projektu uchwały nowego brzmienia o treści: „Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych na podstawie przyjętych przez właściwe organy administracji zgłoszeń o zamiarze prowadzenia robót budowlanych lub ostatecznych pozwoleń na budowę, które należy dostosować do zawartych w uchwale zakazów, zasad i warunków w terminie 25 lat od dnia wejścia w życie uchwały”.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Załączniki graficzne od 1a do 1m, wykonane na tle fragmentów mapy ewidencyjnej i opisane, do załącznika nr 1 do uchwały, w zakresie terenów należących do „Obszaru indywidualnej promocji”, zostały wyłożone do publicznego wglądu wraz pozostałymi materiałami pod obwieszczeniem Prezydenta Miasta Sopotu o wyłożeniu do publicznego wglądu, jakie ukazało się na stronie BIP Urzędu Miasta Sopotu w dniu 18.09.2017 r.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – uwagę uznaje się za bezzasadną, uwzględniona.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagę uznaje się za bezzasadną, ponieważ jest uwzględniona w uchwale. Zgodnie z art. 37a ust 6 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w uchwale dotyczącej zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, można przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów. W załącznikach graficznych od 1a do 1m, wykonanych na tle fragmentów mapy ewidencyjnej, stanowiących załącznik do załącznika nr 1 do uchwały, określono tereny należące do „Obszaru indywidualnej promocji”, uwidaczniając na mapie ewidencyjnej numery ewidencyjne działek. Jednakże wątpliwości składającego uwagę, co do czytelności opisu granic, skłoniły do uszczegółowienia opisu granic obszaru indywidualnej promocji w poszczególnych fragmentach od a do m. Uzupełniono w tekście uchwały opis terenów o numery ewidencyjne działek występujących w tym obszarze.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – nie uwzględnia się, w części uznaje się za bezzasadną

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Bilbord naścienny nie występuje w uchwale, to znaczy że jego sytuowanie na ścianie jest zakazane. Zasady sytuowania bilbordów oraz ich wysokości są ostateczne, uzgodnione i zaakceptowane przez instytucje uzgadniające i opiniujące, oraz zgodne z założeniami miasta.

Stosuje się na rynku reklam obie formy używania określenia: anglojęzyczną i w wersji spolszczonej, są dozwolone. W słowniku języka polskiego definicja brzmi następująco: **bilbord** - bardzo duży plakat reklamowy; billboard.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Definicja nośnika reklamowego ma na celu uszczegółowienie ustaleń w uchwale dotyczących zasad sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, zwłaszcza wyjaśnienia co może być nośnikiem reklamy i nie jest sprzeczna z definicjami zawartymi w prawie powszechnym.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Definicja pola powierzchni ekspozycyjnej reklamy jest wystarczająco czytelna i precyzyjna.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 6 – w części uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się w części dotyczącej usunięcia definicji reklamy obwoźnej, ponieważ jest bezzasadna. Definicja ta jest wystarczająco precyzyjna i niezbędna, żeby określić możliwości sytuowania reklamy obwoźnej. Uwzględniono w uchwale uwagę w części dotyczącą usunięcia definicji reklamy tranzytowej i warunków jej sytuowania.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 7 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W uchwale rozróżnia się oba rodzaje reklam.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 8 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Ustalenia zawarte w uchwale odnośnie tablic wolnostojących i urządzeń reklamowych są zgodne z prawem, zaś orzecznictwo sądów administracyjnych może być wsparciem, lecz nie musi być wzorcem postępowania. W uchwale rozróżnia się rodzaje tablic i ich format. Ustalenie ma na celu dopuszczenie tablic większego formatu na czas określony w uchwale, w tym wypadku związanych z imprezami okolicznościowymi.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 9 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ ustalenia zawarte w uchwale odnośnie powiększenia formatów dopuszczalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej tablic i urządzeń reklamowych jest sprzeczny z przyjętymi założeniami do projektu uchwały. Zaproponowane wielkości nie przystają do skali zabudowy i ochrony zespołu urbanistycznego wpisanego do rejestru zabytków województwa pomorskiego. Kameralność to główny atut Sopotu, kurortu, uzdrowiska i miejsca odpowiedniego dla wypoczynku i rekreacji. Przedstawione w projekcie

uchwały formaty zostały zaakceptowane przez uzgadniające instytucje, w tym Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków. Nie ma obowiązku dostosowywania ustaleń do standardów producentów reklam, jak również są powody dla których należy zmienić dotychczasowe standardy, bo takie prawo daje ustawa z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Okres dostosowawczy dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustalono na 12 miesięcy, a dla szyldów 24 miesiące, od dnia wejścia w życie uchwały.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 10 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ ustalenia zawarte w uchwale odnośnie powoływania się na ustalenia zawarte w niniejszej uchwale i prawo powszechne, nawzajem się nie wykluczają i nie są ze sobą sprzeczne.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 11 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ ustalenia zawarte w uchwale uznane za nieostre są wystarczająco ostre i jednoznaczne, jak na zakres ustaleń których dotyczą. Sopot jest miastem specyficznym, bo w prawie w całości wpisanym do rejestru zabytków województwa pomorskiego jako zespół urbanistyczny. Realizacje ustaleń dotyczących zasad dostosowania kompozycyjnego w przedstawionych projektach będą za każdym razem oceniane przez Konserwatora Zabytków.

Rozpatrzenie uwag od pkt 12 do pkt 23 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ ustalenia zawarte w uchwale dotyczące reklamy sprzedaży nieruchomości odnoszą się do indywidualnego przypadku, który nie da się zastąpić innymi ustaleniami, żeby wykluczyć bezustanne umieszczanie reklamy wynajmu nieruchomości lub lokali, pokoiów gościnnych w mieszkaniach i na posesjach należących również do mieszkańców Sopotu. Miasto w okresie letnim pełne jest takich reklam w oknach, na ścianach budynków w ogródkach i na ogrodzeniach, co zdecydowanie pogarsza jego wizerunek.

Rozpatrzenie uwag w pkt 24 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Ustalenia zawarte w uchwale dotyczące promocji imprez sportowo-kulturalnych nie odnoszą się do wybranych organizatorów, lecz do organizatorów współdziałających z miastem i za zgodą miasta.

Rozpatrzenie uwag w pkt 25 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ nie przewiduje się wydłużenia okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Ponadto uznaje się że wszystkie reklamy i szyldy istniejące dotychczas zostały sytuowane zgodnie z prawem i na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych.

11. Pismo nr XI złożone 2 listopada 2017 r. przez osobę prywatną.

Uwagi dotyczyły:

- 1) Powiększenia strefy D o teren Łysej Polany i Łysej Góry na terenie H. Dopisania terenu jako miejsca okolicznościowych imprez.
- 2) Wprowadzenia dla terenów Aquapark i Kortów tenisowych – prywatnych, zapisów takich jak dla pozostałych terenów sportowych w obszarze indywidualnej promocji.
 - a) wykreślenie zapisów obowiązujących dla strefy indywidualnej promocji d (Teatr) – nieuzasadnione wyróżnienie lokali gastronomicznych w odniesieniu do innych na terenie Sopotu,
 - b) wprowadzenia następujących zmian:
 - wykreślenia mola i wpisania do strefy H,
 - zmniejszenia strefy indywidualnej promocji „e” o obszar plaży z prawej strony mola na rysunku planu załącznik 1,
 - zwiększenia strefy „e” o obszar od budynku Zatoki Sztuki do brzegu morza.
- 3) Wykreślenia w całości zakazu stosowania ogrodzeń §15 ust. 2.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ wymienione w uwadze miejsca - Łysa Góra i Łysa Polana położone są w obszarze H - ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej, w obszarze w którym dominują walory przyrodniczo krajobrazowej. Inne ustalenia przypisano do obszaru strukturalnego D –tonowania reklam w strefie mieszkaniowej, gdzie dopuszczono sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w szerszym zakresie, tym bardziej, że obszar H znajduje się w granicach strefy ochrony konserwatorskiej B – ograniczenia gabarytu i ochrony krajobrazu. Wymienione w uwadze miejsca nie zostały zakwalifikowane jako istotnie ważne miejsca dla reklamowania imprez okolicznościowych. W rozstrzygnięciu przeważały względy ochrony konserwatorskiej i ochrony walorów przyrodniczych tych miejsc.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – nie uwzględnia się.

Ad a) Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ dobór miejsc ujętych w uchwale jako obszaru indywidualnej promocji, był wynikiem szerokiej dyskusji między wydziałowej Urzędu Miasta Sopotu oraz między instytucjami i przedsiębiorstwami zawiadującymi tymi terenami w porozumieniu z miastem. Wyboru dokonano w oparciu o ocenę miejsc o najbardziej wyeksponowanych walorach turystycznych, kulturalnych, sportowych, istotnych dla reklamy imprez organizowanych przez miasto i sponsorów tych imprez.

Ad b) Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ dobór miejsc ujętych w uchwale jako obszaru indywidualnej promocji, był wynikiem szerokiej dyskusji między wydziałowej Urzędu Miasta Sopotu. Podstawową działalnością Teatru na Plaży i Teatru im. Agnieszki Osieckiej jest działalność kulturalna, którą uznano za podstawową działalność prowadzoną na tym terenie. Gastronomia jest jedynie dopełnieniem funkcji podstawowej, niewiele znaczącej dla indywidualnej promocji tego miejsca przez miasto.

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ wprowadzenie zmian wymienionych w uwadze byłoby sprzeczne z dotychczasowymi ustaleniami wyłoniłymi w szerokiej dyskusji między wydziałowej Urzędu Miasta Sopotu. Ustalenia dla wymienionych obszarów uwzględniają możliwe do zaakceptowania w krajobrazie miasta formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – w części uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwaga w części uwzględniona, ponieważ ustalenia zawarte w §15 pkt 2 uchwały dotyczą szeroko konsultowanej i wynikającej z dotychczasowych trendów, usuwania barier w przestrzeniach miejskich, które powodują podziały społeczne wśród mieszkańców. Przyczyną podjętej decyzji były kuriozalne płoty realizowane przez deweloperów nowych osiedli mieszkaniowych. Odgradzają one od siebie osiedla, powodując frustracje rdzennych mieszkańców, którzy nie znają takich tradycji i czują się gorzej od sąsiadów mieszkających za wysokim ogrodzeniem. Przykładowe, dobrze funkcjonujące, nieogrodzone osiedla mieszkaniowe wielorodzinne, realizowane w Sopocie w latach 60 i 70, mają otoczenia terenów zielonych z placami zabaw dla dzieci i rehabilitacji dla seniorów, zadbane, niezdewastowane. Cena mieszkań w tych osiedla, mimo że realizowanych 50 lat temu, nadal trzyma wysoką stawkę. To dzięki przyjaznemu otoczeniu, gdzie nie ma barier do omijania i ograniczaniu kontaktów między sąsiadami, mieszkańcy osiedla czy okolicy idąc nawet po banalne zakupy, nadrabiać muszą drogi i obchodzić całe osiedle.

W uchwale zakazuje się sytuowania ogrodzeń z wyjątkiem 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.

W efekcie ustalenie powyższe nie obowiązuje dla żadnych wymienionych w uchwale w przypadku zastosowania żywopłotów do 1,2 m wysokości.

W wyniku złożonej uwagi uzupełniono tekst o możliwość sytuowania ogrodzeń między sąsiadami, 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 ogólnodostępnych przejść pieszych w ciągach komunikacyjnych wyznaczonych w miejscowych planach.

Ponadto w części uwzględniono uwagę wprowadzając w uchwale 4 letni okres dostosowawczy dla ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie uchwały poza tymi ogrodzeniami, które zgodnie z uchwałą nie wymagają dostosowania.

12. Pismo nr XII złożone 26 października 2017 r. przez osobę prywatną.

Uwagi dotyczyły:

- 1) Wyjaśnienia problemu modyfikacji Projektu uchwały krajobrazowej na stronie BIP – w związku z tym ponownego wyłożenia dokumentów do publicznego wglądu, a następnie powtórzenia całości procedury konsultacji społecznych z mieszkańcami Sopotu.
- 2) Wskazania zgodności zapisów uchwały krajobrazowej z obowiązującym Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego z 2010 roku, ze szczególnym uwzględnieniem terenów zielonych, skwerów, parków, lasów, użytków i korytarzy ekologicznych, cieków, potoków, stawów, terenów podmokłych trzcinowisk, błoni i innych biologicznie czynnych obszarów, które stanowią bezcenny skarb przyrodniczy i krajobrazowy Sopotu i stanowią unikalny walor dla którego miasto otworzyło status uzdrowiska oraz wpisane zostało do rejestru zabytków.
- 3) Naniesienia na rysunek planu terenów chronionych ujęć wody i oznaczenia ich odrębnie,
- 4) Wyznaczenia Krajobrazów Priorytetowych dla miasta Sopotu, w całości wpisanego do rejestru zabytków Woj. Pomorskiego jako układ urbanistyczno – krajobrazowy w świetle Decyzji Nr 771 z dnia 12 lutego 1979 roku, stanowiącej jedyną ochronę jego walorów.
- 5) Propozycji zmiany nazw obszarów strukturalnych:
Strefa A- reprezentacyjny krajobraz centrum uzdrowiska;
Strefa B – strefa krajobrazu miejskiego uzdrowiska;
Strefa C – strefa krajobrazu usług w uzdrowisku;
Strefa D – strefa krajobrazu mieszkaniowego uzdrowiska;
Strefa E – krajobraz przestrzeni rekreacyjnej uzdrowiska;
Strefa F – krajobraz przestrzeni rekreacyjnej i sportowej uzdrowiska;
Strefa G – chroniony krajobraz plaż w uzdrowisku,
Strefa H – chroniony krajobraz terenów biologicznie czynnych uzdrowiska,
- 6) Zmienienia na rysunku mapy symbolu terenu „D” przy południowo – wschodniej granicy z Gdańskiem, poniżej gali widowskiej – na „H” z powodu nieprawdziwego zapisu przeznaczenia podmokłego terenu trzcinowisk – postulowanych do ustanowienia jako użytek ekologiczny. Obecny zapis „D” – sugeruje możliwość zabudowy mieszkaniowej na tym terenie, co nie jest zgodne z zapisem Studium 2010. Trzcinowiska, to jeden z krajobrazów priorytetowych.
- 7) Wykreślenia w projekcie uchwały z tekstu dla strefy strukturalnej „D” wskazanego terenu lokalizacji zabudowy „w dolnym Sopocie przy południowo-wschodniej granicy z Gdańskiem”. Jest to nieuczciwy sposób zamieszania w akcie prawa miejscowego dopuszczenia do zabudowy cennego, biologicznie czystego i pięknego krajobrazowo terenu unikalnych trzcinowisk, które powinny być objęte ochroną przez przedmiotową uchwałę krajobrazową.
- 8) Przesunięcia południowej granicy obszaru strukturalnego „A” poprzez ustanowienie jej od ulicy Sobieskiego wzdłuż Parku Haffnera przy Urzędzie Miasta w kierunku zachodnim do ulicy Tadeusza Kościuszki.
- 9) Wyodrębnienia Ekologicznego Parku Haffnera ze Skwerami przy ul. T. Kościuszki, Władysława IV i Chopina, co zgodne jest z zapisami obowiązującego Studium z 2010 r..
- 10) Wyodrębnienia i osobnego oznakowania Rezerwatu Przyrody „Zajęcze Wzgórze”, Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego, Parku na Stawowiu, Doliny Świemirowskiej, Parku przy Stawie Reja i Stawu Reja, Jeziorka Nowowiejskiego tzw. „Morskiego Oka”, Parku Północnego, Parku Południowego, Parku Grodowego, odkrytych wód powierzchniowych, potoków i innych terenów i miejsc cennych przyrodniczo i krajobrazowo stanowiących o walorach Sopotu jako gminy uzdrowiskowej.
- 11) Nie ingerowania w przestrzeń chronioną krajobrazu Parku Północnego - zmieniając naturalny dziki charakter terenów podmokłych przez realizacje budowlane, zabronione w

strefie „A-1” ochrony uzdrowiskowej Uzdrowiska Sopot. Nie zezwalania na agresywne formy reklamy.

12) Wyodrębnienia i oznakowania alei drzew i drzew pomnikowych z uwzględnieniem wszystkich wskazanych i proponowanych do ustanowienia pomnikami przyrody, zamieszczonych w tekście Studium z 2010 roku. Odnowienia sposobu informacji o gatunkach drzew na małych tabliczkach.

13) Uwzględnienia chronionej panoramy Sopotu widzianej z głowicy Mola (Studium 2010).

14) Zamienienia granicy obszaru strukturalnego „D” przy ulicy Mikołaja Reja, poprzez wyłączenie ze strefy krajobrazu mieszkaniowego terenów o przeznaczeniu usługowym: tj. biurowca i banku oraz terenu przyległego na dz. Nr 171 k.m. 36 po dawnej „Wytwórni Oklein”. Tereny te zostały wyłączone z Planu R-5/03 Etap I mpzp rejonu Doliny Świemirowskiej ul. Reja w mieście Sopocie i mają być opracowane w II Etapie planistycznym. W związku z tym nie spełniają kryterium funkcji mieszkaniowej. Modyfikacja przeznaczenia ww. terenów na mieszkaniowy jest nieuprawniona.

15) Dodanie do obszarów indywidualnej promocji „Schroniska dla zwierząt” przy ul. Malczewskiego, dla którego trzeba przewidzieć subtelną formę reklamy ze względu na położenie w lesie i w rejonie Cmentarza Komunalnego.

16) Udzielenia tych samych warunków biorąc pod uwagę sprawiedliwy przydział formy reklamy w obszarze indywidualnej promocji co w punkcie d) „teatr” dla Galerii Sztuki prowadzonej przez Zatokę Sztuki – lub usunięcia punktu d.

17) Wykreślenia słowa „urządzenie” i ograniczenia średnicy słupa ogłoszeniowego do 1,2 m. Słowo „urządzenie” sugeruje, że ogromny walec będzie służył do ukrycia np. transformatora, tak jak to zrobiono przy ul. 3 Maja w rejonie Kościoła Św. Michała.

18) Określić pylon, jako budowle w rozumieniu Prawa budowlanego. Wyeliminować podwójne opodatkowanie.

19) Obniżyć wysokość pylonów z 7 m do max. 3,5 m.

20) Podać dopuszczalną granice lumenów dla wszystkich form reklam świetlnych i wyeliminować reklamy pulsujące w rejonie komunikacji samochodowej i pieszej w całym Sopocie.

21) Zmniejszyć ilość lumenów dla reklam świetlnych rejonie lasów, skwerów, parków.

22) Zlikwidować dopuszczenie dla wszystkich namiotów, hangarów, hal i innych obiektów tymczasowych w obrębie całej strefy plaż i w rejonie Mola ze względu na chronioną panoramę od strony morza zgodnie ze Studium.

23) Chronić unikalny krajobraz miasta Sopotu przed nadmierną ingerencją reklamową.

24) rozwiązać problem dzikiego graffiti w różnych częściach miasta.

25) wszelkie zmiany modyfikowanego projektu, takie jak w strefie C przy Alei Niepodległości, które wprowadzają szereg numerów działek geodezyjnych na kartach map, powinny być wyeliminowane. Wprowadzenie zmian do dokumentacji świadczą o złym opracowaniu projektu i nieczystej polityce informacyjnej osób odpowiedzialnych za komunikację z mieszkańcami.

26) wstrzymać procedurę uchwały krajobrazowej w Sopocie do czasu przyjęcia audytu krajobrazowego dla województwa pomorskiego, który jest w opracowaniu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 1 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Projekt uchwały w sprawie uchwalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie udostępniono pierwszy raz na

wstępnym etapie opracowania, poza wymaganą procedurą, w celu zebrania jak największej ilości wniosków. Można było zobaczyć szkic uchwały pod informacją o debacie miejskiej zamieszczoną na stronie Sopotu na FB w dniu 14 kwietnia 2017 r. W tym celu również zaprezentowano koncepcje na spotkaniu z mieszkańcami, przedsiębiorcami i branżą reklamową w dniu 20 kwietnia 2017 r. się w Sopotece, w budynku Sopot Centrum przy ulicy Tadeusza Kościuszki 14 o godzinie 18.00. Na spotkaniu została zaprezentowana koncepcja uchwały wysłana do uzgodnień. Po uzyskaniu uzgodnień oraz po uwzględnieniu sugestii ze spotkania oficjalnie wyłożono projekt uchwały krajobrazowej do publicznego wglądu i na BIP w dniach od 18 września 2017 r. do 13 października 2017 r. i zaprezentowano ją ponownie 11.10 o godz. 17:00 w Sopotece, tym razem zgodnie z wymaganiami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Była to wówczas okazja do składania formalnych uwag w określonych w obwieszczeniu i ogłoszeniu w nieprzekraczalnym terminie do dnia 27 października 2017 r..

Rozpatrzenie uwagi w pkt 2 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W związku z tym, że uchwała w sprawie uchwalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie nie jest planem miejscowym, to nie podlega przepisom art.20 ust. 1 dotyczącym spójności uchwały z ustaleniami studium.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 3 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W związku z tym, że uchwała w sprawie uchwalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie nie jest planem miejscowym, nie zawiera ustaleń dotyczących przeznaczenia terenów i zasad ich zagospodarowania.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 4 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Projekt uchwały uzyskał uzgodnienie Wojewódzkiego Pomorskiego Konserwatora Zabytków w Gdańsku. Wyznaczenie *krajobrazu priorytetowego, na podstawie audytu krajobrazowego* należy do obowiązków Marszałka Województwa. Takiego dokumentu jeszcze nie opracowano.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 5 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się. Propozycje zmiany nazw obszarów strukturalnych nie są adekwatne do zasad podziału miasta na obszary strukturalne i nie mają znaczenia dla

formułowania ustaleń dotyczących zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 6 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ propozycje składane w uwadze dotyczące zmiany granic poszczególnych obszarów wyznaczonych w uchwale są adekwatne do warunków obowiązujących przy tworzeniu planu miejscowego i wyznaczaniu linii rozgraniczających pomiędzy poszczególnymi terenami o różnym przeznaczeniu i zasadach zagospodarowania. Takich ustaleń nie zawiera uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 7 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie, nie jest planem miejscowym i nie może regulować przeznaczenia terenów, ani zasad ich zagospodarowania.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 8 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ propozycje składane w uwadze dotyczące zmiany granic obszaru A wyznaczonego w uchwale jest adekwatne do warunków obowiązujących przy tworzeniu planu miejscowego i wyznaczaniu linii rozgraniczających pomiędzy poszczególnymi terenami o różnym przeznaczeniu i zasadach zagospodarowania. Takich ustaleń nie zawiera uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie.

Rozpatrzenie uwagi w pkt od 9 do 10 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwag nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie, nie jest planem miejscowym i nie może regulować przeznaczenia terenów ani zasad ich zagospodarowania, tym bardziej wnoszenia zasad dotyczących form ochrony przyrody.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 11 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie, w zdecydowany sposób ogranicza możliwość sytuowania agresywnych form reklam w przestrzeni Parku Północnego położonego w obszarze F - *promocji w przestrzeniach rekreacyjno-sportowych*. Nie występują tam żadne agresywne reklamy, jedynie kameralne formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 12 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie, zgodnie z zakresem ustaleń zawartych w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie obejmuje ustaleń w zakresie wyodrębnienia i oznakowania alei drzew i drzew pomnikowych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 13 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. 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). Panorama Sopotu widziana z głowicy Mola jest chroniona wpisem do rejestru zabytków oraz ustaleniami zawartymi w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Sopotu jak również ustaleniami poszczególnych miejscowych planów obowiązujących na obszarze miasta.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 14 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Uchwała dotycząca zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w mieście Sopocie, nie jest planem miejscowym i nie może regulować przeznaczenia terenów ani zasad ich zagospodarowania, tym bardziej nie modyfikuje w obszarze strukturalnym D przeznaczenia terenów na mieszkaniowy.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 15 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ „Schroniska dla zwierząt” przy ul. Malczewskiego ze względu na położenie w lesie i w rejonie Cmentarza Komunalnego, podlega ustaleniom dla obszaru strukturalnego H – ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej. W obszarze ustala się

między innymi, wśród wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, możliwość sytuowania gabloty, naklejki, tabliczki.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 16 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ Zatoka Sztuki nie spełnia warunków przestrzeni o ponadlokalnej reprezentacyjnej randze.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 17 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ słowo „urządzenie” jest częścią tytułu uchwały wymaganego przez ustawodawcę. Ponadto nie uwzględnia się możliwości ograniczenia średnicy słupa ogłoszeniowego, ponieważ średnica słupa ogłoszeniowego ustalona w uchwale stanowi wypadkową średnic słupów reklamowych istniejących w Sopocie, to jest w przedziale od 1,20 m do 1,75 m.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 18 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ nie zgodne z prawem jest przywoływanie i interpretowanie przepisów odrębnych w prawie miejscowym. Bez względu na definicję, zawsze nadrzędnym prawem będzie prawo powszechne, czyli w tym przypadku Prawo budowlane.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 19 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ w zależności od miejsca sytuowania pylonów ich wysokość w uchwale zmienia się w granicach od 3,5 m do 7 m, w tym:

- pylon cenowy – urządzenie reklamowe, służące informacji o cenach np. na stacjach paliw, o wysokości do 7 m,
- 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,
- pylon zbiorczy – urządzenie reklamowe służące prezentacji zgrupowanych modułowo szyldów przyległych o maksymalnej wysokości do 3,5 m i o szerokości do 1/3 wysokości.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 20 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ dopuszczalne granice lumenów dla wszystkich form reklam świetlnych regulują przepisy odrębne, według regulacji zawartych w ustawach o ruchu drogowym i o drogach publicznych oraz innych przepisach odrębnych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 21 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ dopuszczalne granice lumenów dla wszystkich form reklam świetlnych regulują przepisy odrębne, według regulacji zawartych w ustawach o ruchu drogowym i o drogach publicznych oraz innych przepisach odrębnych.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 22 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W uchwale nie dopuszcza się namiotów, hangarów, hal i innych obiektów tymczasowych w obrębie całej strefy plaż i w rejonie Mola. W obszarze strukturalnym G dopuszcza się jedynie reklamę okolicznościową na namiocie, pawilonie, na stoisku promocyjnym, która dotyczy reklamy 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 1 tydzień przed i 1 dzień po, a w przypadku wyborów 6 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.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 23 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Celem uchwały 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. Ustalenia uchwały dostosowano do zasad ochrony krajobrazu miasta, jego wpisu do rejestru zabytków i zgodnie z uzgodnieniem projektu uchwały z Pomorskim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 24 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Uchwała nie przewiduje takiej formy reklamy, czyli nie jest dopuszczona na obszarze miasta.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 25 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. W celu precyzyjnego ustalenia zasad sytuowania niektórych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, stosuje się w uchwale szczegółowe ustalenia w odniesieniu do konkretnej działki ewidencyjnej. Projekt uchwały w takim zakresie był uzgodniony i wyłożony do publicznego wglądu.

Rozpatrzenie uwagi w pkt 26 – nie uwzględnia się.

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwagi nie uwzględnia się, ponieważ jest bezzasadna. Nie ma przepisu, który regulowałby konieczność uwzględnienia rekomendacji i wniosków zawartych w audycie krajobrazowym lub określenia przez audyt krajobrazowy granic krajobrazów priorytetowych w uchwale dotyczącej zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.