

Raport z konsultacji

projektu uchwały Rady Miasta Opola w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu

CZĘŚĆ A. Realizacja konsultacji przez Biuro Urbanistyczne

1. Podmiot inicjujący konsultacje

Procedura opracowania projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń określona jest w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i wynika z niej, iż osobą odpowiedzialną za jej poszczególne etapy jest odpowiednio wójt (burmistrz, prezydent miasta). Za przebieg prac nad projektem uchwały odpowiada zatem Prezydent Miasta Opola, który przygotowanie materiałów powierzył Biurowi Urbanistycznemu oraz powołał zespół roboczy do prac nad określeniem 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 (Zarządzenie nr OR.I.0050.433.2016 Prezydenta Miasta Opola z dnia 5 sierpnia 2016 r.).

2. Cel konsultacji

Celem przeprowadzenia konsultacji było pozyskanie opinii Mieszkańców Opola w przedmiocie konsultacji.

3. Przedmiot konsultacji

Przedmiotem konsultacji był projekt uchwały Rady Miasta Opola w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu.

4. Uzasadnienie konsultacji

Konieczność przeprowadzenia konsultacji wynika z przepisów prawa, dokumentów tworzonych na poziomie lokalnym oraz regulacji wewnętrznych Urzędu Miasta Opola. Uzasadnienie stanowią:

- art. 37b ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2016 r. poz. 778 z późn. zm.),
- uchwała nr XV/275/15 Rady Miasta Opola z dnia 24 września 2015 r. w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane,
- uchwała nr XXV/456/16 Rady Miasta Opola z dnia 21 kwietnia 2016 r. w sprawie określenia zasad i trybu przeprowadzania konsultacji z mieszkańcami Miasta Opola,
- Zarządzenie Nr OR.I.0050.581.2016 Prezydenta Miasta Opola z dnia 2 listopada 2016 r. w sprawie konsultacji z Mieszkańcami Miasta Opola.



5. Przebieg konsultacji

Konsultacje z mieszkańcami Opola obejmowały dyżury i punkty konsultacyjne, które trwały 21 dni od dnia wyłożenia dokumentacji. W dniu 3 listopada 2016r. odbyła się debata publiczna nad przyjętymi w projekcie zasadami. Natomiast od 3 listopada 2016 r. do 7 grudnia 2016r. mieszkańcy mieli możliwość zgłaszania uwag do projektu uchwały na adres bu@um.opole.pl.

6. Wyniki i efekty konsultacji

Podczas wyłożenia projektu do publicznego wglądu wpłynęło 11 uwag. Większość uwag uwzględniono, ale jednej, dotyczącej dopuszczenia reklam i murali reklamowych na nieopracowanych architektonicznie ścianach szczytowych, nie uwzględniono. Należy przy tym zaznaczyć, że część uwag była znacznie rozbudowana i jednoznaczne ustalenie granicy między uwzględnieniem bądź odrzuceniem uwagi często było niemożliwe. Wynika to stąd, iż do projektu uchwały wprowadzono wiele poprawek w definicjach, zasięgu obszaru, skorygowano wiele ustaleń dostosowując je do wymogów prawnych, zrezygnowano z niektórych zapisów. Części zgłoszonych uwag nie uwzględniono, ponieważ wykraczały poza zakres merytoryczny uchwały, odnosząc się np. do definicji uregulowanych w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane, interpretacji zapisów ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Części uwag dotyczących obniżenia poziomu restrykcji nie uwzględniono, ponieważ przeprowadzone badania ankietowe wskazują, że mieszkańcy Opola oczekują uporządkowania przestrzeni miejskiej i wprowadzenia znacznych ograniczeń dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, szczególnie emitujących światło.

Szczegóły zgłoszonych uwag i odpowiedzi na nie

Uwagi	Stanowisko prezydenta
1. Z uwagi na ochronę przeciwpożarową należy uwzględnić następujące zagadnienia: 1. nie należy sytuować obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w obrębie drogi pożarowej oraz dojścia do drogi pożarowej, tak aby zawężyły one szerokość oraz wysokość poniżej wymagań określonych w rozporządzeniu Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z 24 lipca 2009 r. w sprawie przeciwpożarowego zaopatrzenia w wodę oraz dróg pożarowych (Dz. U. z 2009 r. nr 124 poz. 1030). 2. nie należy sytuować obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń o wysokości powyżej 3 m pomiędzy drogą pożarową a budynkiem, uniemożliwiające dostęp do elewacji budynku za pomocą podnośników i drabin mechanicznych – zgodnie z w/w rozporządzeniem. 3. nie należy sytuować obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń tak, by uniemożliwiały bądź ograniczały dostęp do urządzeń przeciwpożarowych, jakimi są m.in. hydranty zewnętrzne czy przeciwpożarowy wyłącznik prądu, ponieważ jest to zabronione (Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 7 czerwca 2010 r. w sprawie ochrony przeciwpożarowej budynków, innych obiektów budowlanych (Dz. U. z 2010 nr 109 poz. 719).	częściowo uwzględniona bez rozstrzygnięcia



Opinia pozytywna	
u 45 Jedno z podstawowych rozstrzygnięć uchwały dotyczących strukturyzacji obszaru Opola na jednostki A, B, C, D, E o zróżnicowanym reżimie regulacji w zakresie kształtowania i ochrony krajobrazu, zostały przedstawione w sposób budzący wątpliwości co do metody delimitacji ostatecznych podziałów na obszary. Brak w projekcie uchwały wyjaśnienia przesłanek, na podstawie których dokonanie takiego, a nie innego wyodrębnienia obszarów krajobrazowych powoduje, że nasuwają się wątpliwości co do trafności i użyteczności proponowanej delimitacji. Strukturyzacja Opola nie odpowiada rzeczywistości zróżnicowaniu funkcjonalno-przestrzennego miasta, które z kolei determinuje potrzebę adresowania do nich zróżnicowanego zestawu zasad i standardów ochrony oraz kształtowania walorów krajobrazowych. Podstawą formalną jest ustawa krajobrazowa, toteż kryterium delimitacji powinno opierać się przede wszystkim na aspekcie krajobrazowym. W aspekcie krajobrazowym szczególnie istotne, z uwagi na odmienne cechy przestrzenne i cele działań ochronnych, powinno być wydzielenie obszarów (stref) zdominowanych funkcjami: zabudowy historycznego starego miasta, zabudowy średnio-wiejskiej, osiedli zabudowy wielorodzinnej, osiedli zabudowy jednorodzinnej, zabudowy przemysłowo-usługowej, przyrodniczych. Analiza załącznika nr 1 pokazuje, że wydzielenie obszarów A, B, C, D, E nie pokrywa się ze strefami wymienionymi oraz że prowadzenie granic między nimi w niektórych przypadkach jest co najmniej dyskusyjne. Dotyczy to m.in. objęcia wspólnymi granicami obszaru ścisłego centrum z Wyspą Bolko, tj. częścią miasta o wybitnie odmiennym charakterze funkcjonalno-przestrzennym. Innym przykładem jest teren u zbiegu ulic Plebiscytowej i Ozimskiej, który został zakwalifikowany do obszaru E, podczas gdy posiada ten sam docelowy charakter funkcjonalny co tereny po przeciwległej stronie ulicy Ozimskiej – znajdujące się w obszarze B., teren wyrobiska Cementowni Odra (bardziej obszar C lub D niż E), zaliczenie do kategorii B zabudowy Wójtowej Wsi, Gosławic, Zakrzowa, Wróblina, Metalchemu, centrum Maliny, otoczenia Szpitala Wojskowego (obszary te z uwagi na charakter zabudowy i funkcjonalność bardziej kwalifikują się do zaliczenia do obszaru C). Proponuje się przeszerzegać klasyfikację poszczególnych obszarów, rozważyć ich cechy wspólne w aspekcie krajobrazowym, w szczególności Pasieki, Wyspy Bolko, czy terenów otwartych. W treści uchwały brak również opisów charakteryzujących/klasyfikujących poszczególne obszary, postuluje się więc wprowadzenie identyfikowanej ich klasyfikacji, uzupełniającej rysunek.	niewzględniona
u 1. nie dopuszcza się wykonania tablic w kolorach miasta na nośnikach reklamowych i informacyjnych, z wyłączeniem niewielkiego emblematu w barwach miasta, związanego z systemem identyfikacji miejskiej – dotyczy całej uchwały, 2. dopuszcza się lokalizację wolnostojących gablot ekspozycyjnych typu CLP we wszystkich obszarach pod warunkiem zastosowania jednorodnej formy dla całego miasta, 3. nie dopuszcza się lokalizacji pylonów na terenie obszarów A, B, C i D (poza stacjami paliw) – dotyczy całej uchwały,	częściowo uwzględniona

4. w przypadku konieczności lokalizacji większej liczby szyldów (dla wielu instytucji, firm funkcjonujących w budynku) w przypadku braku miejsca na elewacji frontowej należy umieścić je na zbiorczej tablicy, umieszczonej w sposób nie przesłaniający elewacji, o wysokości do 3 m. 5. nie dopuszcza się umieszczania w budynkach wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w gminnej ewidencji zabytków szyldów naklejanych oraz w formie płaskich tablic o powierzchni formatu A3 na drzwiach lokali – lokalizacja i gabaryty tego typu szyldów zgodnie z wytycznymi OWKZ z dnia 18.08.2016 r. 6. zakazuje się lokalizacji totემów i masztów flagowych w obszarach A, B, C i D oraz na obiektach zabytkowych – dotyczy całej uchwały. 7. w §5 ust. 1 pkt 16 – nie dopuszcza się lokowania telebimów na zabytkach na czas trwania imprez okolicznościowych (zgodnie z art. 36 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie zabytków należy uzyskać pozwolenie konserwatorskie na montaż tablic lub urządzeń reklamowych). 8. należy skorygować zapisy §5 ust. 7 pkt 2 lit. h określające gabarytów i materiałów ogrodzeń dla zabudowy mieszkaniowej według wniosków określonych w piśmie OWKZ z dnia 18.08.2016 r.	
1. Rozważyć uzupełnienie Systemu Identyfikacji Miejskiej o „identyfikator miasta” (np. herb miasta), dopracowanie piktogramów oraz przyciemnienie zastosowanych kolorów oraz ich doprecyzowanie (np. podanie kodu w systemie RAL). 2. Rozważyć uproszczenie podziału miasta na strefy (poprzez ograniczenie ich ilości) oraz uproszczenie zapisów uchwały. 3. Zwrócić uwagę na kwestię lokalizacji tablic umieszczanych na obiektach sfinansowanych ze środków zewnętrznych (w tym UE). 4. Rozważyć nie wyznaczania maksymalnej wysokości posągów oraz fontann oraz możliwość sformułowania zapisu dopuszczającego inną lokalizację, gabaryty i kolorystykę ustaloną np. w ramach konkursu. 5. Rozważyć możliwość ograniczenia lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych wzdłuż obwodnicy śródmiejskiej w ciągu ulic: Bohaterów Monte Cassino oraz Plebiscytowej. 6. Sugeruje się graficzne przedstawienie zapisów uchwały m.in. przedstawienie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych w odniesieniu do gabarytów budynków.	częściowo uwzględniona
1 4^e 1. Podzielić miasto na dwie strefy – centrum i reszta 2. Akceptacja treści paragrafu 5.1.2. – należy bezwzględnie zabronić instalowania reklam LED, jaskrawych, migających, niebezpiecznych dla kierowców i przechodniów	częściowo uwzględniona
- w strefie A dopuszcza się obiekty kultu religijnego o wysokości 4 m. a posągi, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej o wysokości 2,5 m; skąd takie ograniczenia, uprzywilejowanie obiektów kultu religijnego i czy ustalenia odnoszą się do terenów prywatnych.	częściowo uwzględniona

- na obszarach: B, C, D i E wprowadzono zakaz sytuowania obiektów małej architektury z detalami nawiązującymi do form historycznych – jaki jest cel regulacji, - zapis dopuszczający montaż reklamy na rusztowaniach odnośnie strefy A powinien zostać zmodyfikowany i skrócony do zamieszczania reklam na maksymalny okres pół roku (wycelminuje chęć sztucznego przedłużania remontów), - brak zapisów dotyczących przyczep reklamowych, - nie sprecyzowano jakiej treści reklamy dopuszczone są na czas trwania imprez miejskich, czy mają nawiązywać do imprezy, czy mogą to być dowolne treści (powinny być wyłącznie reklamy związane z imprezą) - brak w Systemie Identyfikacji Miejskiej ustaleń rodzaju czcionki, odcieni, piktogramów itp. i czy system ten będzie kompleksowo regulował wszystkie rodzaje tablic, zostanie opracowany w drodze konkursu, ponieważ powinien być unikatowy, dopracowany pod każdym względem	
Uczestnicy debaty publicznej według listy obecności W odpowiedzi na pytanie: Czy podział miasta na obszary jest odpowiedni? udzielono następujących odpowiedzi: • podział miasta na obszary jest zbyt szczegółowy, • obszar E jest zdecydowanie za mały, ponieważ jest znacznie więcej terenów zajętych na których znajdują się tablice i urządzenia reklamowe, • rysunek powinien mieć odniesienie do działek ewidencyjnych (być opracowany na mapie ewidencji gruntów i budynków) W odpowiedzi na pytanie: Czy zaproponowany w projekcie poziom restrykcji w poszczególnych obszarach jest odpowiedni? udzielono następujących odpowiedzi: • na obszarze historycznie ukształtowanym (A, B) poziom restrykcji jest odpowiedni, • na obszarach C, D i E, szczególnie wzdłuż ciągów komunikacyjnych potrzebne są tablice i urządzenia reklamowe, ponieważ służą przekazywaniu informacji, komunikowaniu się W odpowiedzi na pytanie: Czy termin dostosowania się do wymogów zawartych w projekcie uchwały określono właściwie? udzielono następujących odpowiedzi: • na obszarze A należy rozważyć wcześniejsze wprowadzenie zapisów, • należy rozważyć czy termin dostosowania szyldów może być wydłużony do 36 miesięcy, • termin dostosowania do wymogów w innych miastach w Polsce jest ustalany różnie. Zgłoszenie wniosków, uwag i pytań do projektu uchwały: • definicje określone w uchwale nie są precyzyjne, jednoznaczne – należy je doprecyzować (np. billboard, barwy jaskrawe, połączenie trwale z gruntem, maszt flagowy, flaga reklamowa) • część zasad określona jest podmiotowo zamiast obszarowo, • konieczne jest przeprowadzenie inwentaryzacji tablic i urządzeń reklamowych, w tym weryfikacja tych, które uzyskały pozwolenia na budowę, • stosowanie przepisów, realizacja zapisów uchwały będzie miała istotny wpływ na estetykę miasta, jaka będzie skuteczność zapisów uchwały i proponowanych rozwiązań?	częściowo uwzględniona

C 1. w §5 ust. 1 pkt 4 tiret pierwsze, w przypadku elewacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych na obszarze E, dopuścić sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający częściowo od zewnętrznej strony otwory okienne, albo dopuścić pozostawienie istniejących w dniu wejścia w życie uchwały takich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, 2. w §5 ust. 1 pkt 6, w przypadku elewacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych na obszarze E, dopuścić sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zakłcający podziały poziome lub pionowe elewacji budynków oraz proporcje między ścianami a przeszkleniami albo dopuścić pozostawienie istniejących w dniu wejścia w życie uchwały takich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, 3. w §5 ust. 1 pkt 22 dopuścić na obszarze E sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w inny sposób niż prostopadle lub równolegle do osi lub krawędzi drogi albo dopuścić pozostawienie istniejących w dniu wejścia w życie uchwały takich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, 4. w §3 ust. 1 zdefiniować pojęcie „baner reklamowy” oraz potwierdzić, że pojęcie „billboard” użyte w w §5 ust. 6 pkt 2 lit. c jest równoznaczne z pojęciem „baner reklamowy”, a w konsekwencji, że w §5 ust. 6 pkt 2 lit. c wprowadza wyjątki od zakazu określonego w w §5 ust. 1 pkt 24 5. w §5 ust. 6 pkt 3 wprowadzić szczególne uregulowania dla nieruchomości (terenów), na których prowadzona jest działalność gospodarcza w obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m² i dopuścić większą niż jedna liczbę wolnostojących tablic reklamowych (co najmniej 7) oraz tablic reklamowych o powierzchni większej niż 12 m² jednak nie przekraczającej 16 m², tablic reklamowych będących siatkami reklamowymi w rozumieniu uchwały albo dopuścić pozostawienie istniejących w dniu wejścia w życie uchwały takich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, 6. w §5 ust. 6 pkt 4 lit. b tiret pierwsze dopuścić billboardy wzdłuż dróg wewnętrznych, publicznych klasy dojazdowej i lokalnej o powierzchni ekspozycji przekraczającej 9 m², jednak nie większej niż 16 m² albo dopuścić billboardy o powierzchni ekspozycji przekraczającej 9 m², jednak nie większej niż 16 m² wzdłuż dróg wewnętrznych w obrębie nieruchomości na których zlokalizowane są obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży przekraczającej 2000 m² albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały billboardy usytuowane wzdłuż dróg wewnętrznych, publicznych klasy dojazdowej i lokalnej o powierzchni ekspozycji przekraczającej 9 m², jednak nie większej niż 16 m², 7. w §5 ust. 6 pkt 4 lit. b tiret drugie dopuścić billboardy usytuowane wzdłuż dróg publicznych klasy zbiorczej o powierzchni ekspozycji przekraczającej 12 m², jednak nie większej niż 16 m² albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie billboardy, 8. w §5 ust. 6 pkt 4 lit. c tiret drugie potwierdzić, że dopuszczona wysokość 9 m dla billboardów o powierzchni od 12 m² do 18 m² jest wysokością maksymalną, a w konsekwencji, że dopuszcza się także billboardy o mniejszej wysokości albo dopuścić billboardy o powierzchni od 12 m² do 18 m² o wysokości mniejszej niż 9 m, jednak nie mniejszej niż 6 m albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie billboardy, 9. w §5 ust. 6 pkt 5 dopuścić wolnostojące tablice reklamowe (w szczególności billboardy) niepołączone trwale z gruntem, w przypadku, gdy są one zlokalizowane na nieruchomości, na której znajduje się obiekt handlowy o powierzchni sprzedaży przekraczającej 2000 m² albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie tablice, 10. w §5 ust. 6 pkt 6 dopuścić sytuowanie wolnostojących urządzeń reklamowych (w szczególności totemów) w odległości mniejszej niż 3 m od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi wewnętrznej, jednak nie bliżej niż 2 m (u podstawy) od krawędzi jezdni,	częściowo uwzględniona
--	-------------------------------



z uwzględnieniem wymogów widoczności wynikających z przepisów odrębnych albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie urządzenia, 11. w §5 ust. 7 pkt 1 lit. e dopuścić sytuowanie szyldu na kondygnacji wyższej niż parter (od pierwszego piętra) i w koronie elewacji w przypadku obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży przekraczającej 2000 m² zlokalizowanych w obszarze E albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie szyldy, 12. w §5 ust. 7 pkt 2 lit. c dopuścić na nieruchomościach, na których usytuowane są obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m² totemy o szerokości większej niż 3,5 m, jednak nie większej niż 15 m albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie totemy, 13. w §5 ust. 7 pkt 3 lit. I tiret czwarte dopuścić sytuowanie na nieruchomościach, na których usytuowane są obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m² więcej niż 5 masztów flagowych, nie więcej jednak niż 10 albo dopuścić istniejące w dniu wejścia w życie uchwały takie maszty.	
I ! (- - (Dopisać dwie definicje w §3: - mural reklamowy – należy przez to rozumieć dekoracyjną, ręcznie malowaną reklamę umieszczoną na nieopracowanej architektonicznie ścianie budynku, zawierającą treści reklamowe i wykonaną tradycyjnymi, zdobniczymi technikami malarskimi przy użyciu odpowiednich farb paroprzepuszczalnych przeznaczonych do malowania elewacji, - mural artystyczny sponsorowany – należy przez to rozumieć kompozycje plastyczne z wkomponowaną treścią reklamową nieprzekraczającą 20% powierzchni kompozycji, umieszczone na nieopracowanej architektonicznie ścianie budynku, wykonaną tradycyjnymi, technikami malarskimi przy użyciu odpowiednich farb paroprzepuszczalnych przeznaczonych do malowania elewacji, Zapisy budzące wątpliwości w §5 ust. 1: - dostosowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych pod względem kolorystyki, stylu, formy, kroju, pisma i materiału do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku lub budowli na których się znajdują – Kto będzie decydował lub opiniował czy dane urządzenie reklamowe jest dostosowane? - sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wykonanych z najwyższą starannością, o wysokim poziomie estetycznym poprzez zastosowanie materiałów wysokiej jakości, w szczególności szkła, drewna, metalu, tworzyw sztucznych, dibondu oraz zamaskowania elementów mocujących i zasilających w sposób niezagrożający bezpieczeństwu; - Kto będzie decydował lub opiniował czy reklama jest wykonana z najwyższą starannością? - na budynkach lub budowlach użyteczności publicznej przeznaczonych na potrzeby kultury, sportu i rekreacji dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, których powierzchnia – z wyłączeniem szyldów – nie może przekraczać 20% powierzchni elewacji, na której jest umieszczona... oraz dopuszcza się umieszczanie sponsorowanych murali artystycznych, - na czas trwania imprez miejskich, masowych, okolicznościowych lub świąt oraz nie dłużej niż na 30 dni przed ich rozpoczęciem dopuszcza się tymczasowe: telebimy, siatki reklamowe, wolnostojące lub pneumatyczne urządzenia reklamowe w miejscu organizowania imprez; - oraz murale reklamowe na nieopracowanych architektonicznie ścianach	niewzględniona

§5.2. Na obszarze A oznaczonym na rysunku, oprócz ustaleń zawartych w ust. 1, obowiązują następujące zasady (z wyłączeniem szyldów): - zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z zastrzeżeniem pkt 2, 3 i 4 oraz par. 5 ust. 1. - dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych w formie reklam naklejanych lub malowanych na szkleniach witryn, okien i drzwi budynków, poniżej linii parteru lub gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra, spełniających warunki: Powierzchnia tablic reklamowych nie przekracza w sumie 20% powierzchni szkła, na których zostały umieszczone. - wykonanie tablic reklamowych z folii przezroczystej matowej o stopniu przezroczystości od 50% lub z folii oszronionej. - usytuowanie centralne w górnej części, na środku lub u podstawy szklenia okna, witryny, bądź drzwi. - kolorystyka w odcieniach szarości, bieli, beżu, brązu; - dopuszcza się sytuowanie słupów ogłoszeniowo-reklamowych o wymiarach nieprzekraczających 4,7 m wysokości oraz 1,75 m średnicy, w odległości nie mniejszej niż 50 m pomiędzy poszczególnymi słupami, a także między słupami a gablotami typu CLP; - dopuszcza się tablice reklamowe umieszczone na rusztowaniu, przez maksymalny okres jednego roku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 30% tablicy reklamowej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłaniającej elewacji w skali 1:1, a kolejną reklamę dopuszcza się po upływie minimum 5 lat od dnia usunięcia poprzedniej; - stosowanie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w odcieniach naturalnych barw drewna i metali, szarości, bieli, czerni, beżu, brązu. - dopuszcza się sytuowanie murali reklamowych oraz sponsorowanych murali artystycznych na nieopracowanych architektonicznie ścianach budynków w odcieniach naturalnych, stonowanych. Wnioskodawca chcący umieścić mural reklamowy lub sponsorowany mural artystyczny ustali oddzielnie odpowiednio do danej ściany budynku zakres możliwych do użycia kolorów z NCS z plastykiem miejskim. Murale nie mogą przekraczać 50% powierzchni ściany. Projekty murali muszą zostać zatwierdzone przez plastyka miejskiego. §5.3. Na obszarze B oznaczonym na rysunku, oprócz ustaleń zawartych w ust. 1, obowiązują następujące zasady (z wyłączeniem szyldów) Dopuszcza się sytuowanie murali reklamowych oraz sponsorowanych murali artystycznych na nieopracowanych architektonicznie ścianach budynków. §5.4. Na obszarze C oznaczonym na rysunku, oprócz ustaleń zawartych w ust. 1, obowiązują następujące zasady (z wyłączeniem szyldów) Dopuszcza się sytuowanie murali reklamowych oraz sponsorowanych murali artystycznych na nieopracowanych architektonicznie ścianach budynków.	
- w §5 ust. 4, 5, 6 dopuścić reklamę systemową o powierzchni do 18 m w strefie głównych dróg, czyli od drogi gminnej – do 14 m, od drogi powiatowej – do 14 m, od drogi krajowej – 18 m, - w §5 ust. 6 (obszar E) dopuszczona billboardy, natomiast w mpzp są zakazy – jak będzie interpretowana rozbieżność?	częściowo uwzględniona

- w §8 ust. 2 zmienić termin dostosowania na 60 miesięcy. Należy wziąć pod uwagę, iż część nośników reklamowych (reklamy systemowe) została usytuowana legalnie, zgodnie z prawem, zatem powinna być uwzględniona w projekcie uchwały.	
1. Projekt uchwały, podobnie jak ustawa krajobrazowa ingeruje w prawa nabyte, niezgodna jest z Konstytucją RP, może skutkować wypłatą odszkodowań. Zasadne jest zatem uwzględnienie w projekcie uchwały praw nabytych. 2. Wysokość konstrukcji dla reklam określać w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub w warunkach zabudowy. 3. Wydłużyć termin dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do 60 miesięcy. 4. Niezrozumiałe jest ustalenie maksymalnej powierzchni reklamy na 18 m², ponieważ zgodnie ze standardami przyjętymi w Izbie Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej największy format standardowej reklamy zewnętrznej to 48 m². 5. Projekt uchwały zakazuje reklam diodowych, LED, LCD itp., natomiast inteligentne matryce są obecnie stosowane jako standard w komunikacji dlatego powinny być dopuszczone.	częściowo uwzględniona
1 1. W §3 ust. 1 pkt 2 doprecyzować zapis z „o wymiarach powierzchni...” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej...” 2. W §3 ust. 1 pkt 3 doprecyzować zapis z „o wymiarach powierzchni 3 m²” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej z jednej strony do 3 m²” oraz usunąć część zapisu rozpoczynającego się od słów „służące do zamieszczania plakatów o standardowym wymiarze powierzchni 1,2 m x 1,8 m” 3. W §3 ust. 1 pkt 4 usunąć część zapisu: „w tym CLP” 4. W §4 ust. 1 pkt 2 usunąć cały zapis 5. W §5 ust. 1 pkt 2 usunąć cały zapis 6. W §5 ust. 1 pkt 9 usunąć część zapisu: „budowlach o funkcji przemysłowej” 7. W §5 ust. 1 pkt 15 rozszerzyć zapis na: „z wyłączeniem szyldów oraz CLP” 8. W §5 ust. 1 pkt 19 d zmienić treść zapisu – wskazany opis szyldu daje możliwość umieszczenia logo czy logotypu o wielkości nawet do 20% powierzchni co powoduje, że wskazany obiekt nie jest już szyldem tylko reklamą 9. W §5 ust. 1 pkt 20 zapis niezgodny z podaną definicją, zgodnie z którą CLP nie stanowią gabloty ekspozycyjnej a kasetonu, stąd winno być „dopuszcza się CLP” 10. W §5 ust. 1 pkt 22 usunąć zapis lub doprecyzować – istnieją reklamy montowane nie tylko prostopadle czy równolegle, ale również pod kątem do elementów istniejącego zagospodarowania 11. W §5 ust. 2 pkt 3 zmienić zapis w części wskazującej minimalną odległość z 50 m na 30 m	częściowo uwzględniona

12. W §5 ust. 3 pkt 3 zmienić zapis w części wskazującej minimalną odległość z 50 m na 30 m
13. W §5 ust. 3 pkt 4 usunąć wyjątek w postaci urządzenia typu „cityscroll”
14. W §5 ust. 4 pkt 2 zmienić treść z: „o wymiarach powierzchni nieprzekraczającej 3 m²” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 9 m²” oraz usunąć treść: „służące reklamie działalności prowadzonej w tych budynkach”
15. W §5 ust. 4 pkt 2 zmienić treść z: „o wymiarach powierzchni nieprzekraczającej 2 m²” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 9 m²”, usunąć wyjątek w postaci urządzenia typu „cityscroll” oraz usunąć treść: „służące reklamie działalności prowadzonej w tych budynkach”
16. W §5 ust. 4 pkt 3 usunąć treść: „służące reklamie działalności prowadzonej na danej nieruchomości”
17. W §5 ust. 4 pkt 5 zmienić zapis w części wskazującej minimalną odległość z 50 m na 30 m
18. W §5 ust. 4 pkt 7 usunąć treść: „służące reklamie działalności prowadzonej na danej nieruchomości”
19. W §5 ust. 4 pkt 8 zmienić zapis w części wskazującej minimalną odległość z 50 m na 30 m
20. W §5 ust. 5 pkt 2 uzupełnić treść o możliwość sytuowania tablic reklamowych poprzez mocowanie na ścianach szczytowych budynków
21. W §5 ust. 6 pkt 2 lit. a zmienić treść z: „o wymiarach powierzchni nieprzekraczającej 2 m²” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18 m²” oraz usunąć treść: „służące reklamie działalności prowadzonej w tym budynku prowadzonej”
22. W §5 ust. 6 pkt 2 lit. b usunąć treść: „o wymiarach powierzchni nieprzekraczającej 30% powierzchni elewacji służące reklamie działalności w tych budynkach prowadzonej”
23. W §5 ust. 6 pkt 3 zmienić treść z: „o wymiarach powierzchni nieprzekraczającej 12 m²” na „o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18 m²” oraz usunąć treść: „służącą reklamie działalności prowadzonej na tym terenie”
24. W §5 ust. 6 pkt 4 lit a tiret trzecie zmienić zapis w części stanowiącej minimalną odległość z 250 m na 150 m
25. W §5 ust. 6 pkt 4 lit b tiret pierwsze zmienić treść stanowiącą o maksymalnych wymiarach powierzchni ekspozycji billboardów z: „do 9 m²” na: „do 12 m²”
26. W §5 ust. 6 pkt 4 lit b tiret drugie zmienić treść stanowiącą o maksymalnych wymiarach powierzchni ekspozycji billboardów z: „od 9 m² do 12 m²” na: „od 8 m² do 18 m²”
27. W §5 ust. 6 pkt 4 lit c doprecyzować treść poprzez wskazanie, iż wysokość winna być mierzona od poziomu jezdni tj. odpowiednio: 6 m ponad poziomem jezdni i 9 m ponad poziomem jezdni
28. W §5 ust. 6 pkt 7 zmienić zapis w części wskazującej minimalną odległość z 50 m na 30 m
29. W §5 ust. 7 pkt 1 lit. c tiret trzecie usunąć zapis lub zmienić tak by dopuszczał umieszczanie szyldów tylko w parterze budynków
30. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. b tiret siódme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach totemów tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z: „do 35 m” na: „do 10 m”
31. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. b tiret ósme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach masztów flagowych tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały

poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z 14 m do 10 m i maksymalnej powierzchni flagi z 32 m² do 10 m² 32. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. c tiret ósme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach totemów tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z: „do 35 m” na: „do 10 m” 33. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. c tiret dziewiąte zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach masztów flagowych tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z 14 m do 10 m i maksymalnej powierzchni flagi z 32 m² do 10 m² 34. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. f tiret siódme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach totemów tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z: „do 35 m” na: „do 10 m” 35. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. f tiret ósme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach masztów flagowych tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z 14 m do 10 m i maksymalnej powierzchni flagi z 32 m² do 10 m² 36. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. g tiret ósme zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach totemów tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z: „do 35 m” na: „do 10 m” 37. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. g tiret dziewiąte zmienić treść o dopuszczalnych wymiarach masztów flagowych tak, aby urządzenia te nie zaburzały proporcji i nie zakłócały poczucia estetyki przestrzeni oraz zmienić wymiary maksymalnej wysokości z 14 m do 10 m i maksymalnej powierzchni flagi z 32 m² do 10 m² 38. W §8 ust. 1 pkt 2 zmienić treść stanowiącą o okresie w jakim istniejące tablice reklamowe oraz urządzenia reklamowe powinny być dostosowane do postanowień niniejszej uchwały z 24 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały do 60 miesięcy	
(1. W §3 ust. 1 pkt 1 definicję billboardu zmienić na: „należy przez to rozumieć wielkoformatową tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe przeznaczone do umieszczania reklamy, jednostronne lub dwustronne, montowane na obiektach budowlanych lub wolnostojące, z możliwym podświetleniem, o powierzchni nieprzekraczającej 6 m²” 2. W §3 ust. 1 pkt 4 definicję gabloty ekspozycyjnej zmienić na: „należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie oszklonych szafek, służące do zamieszczania reklamy lub informacji, z wyłączeniem konstrukcji służących do prezentowania oferowanych do sprzedaży towarów” oraz zasadnym będzie dodanie pkt 5 w brzmieniu: „W celu uniknięcia wątpliwości, postanowieniami niniejszej uchwały nie są objęte urządzenia i konstrukcje służące eksponowaniu, wystawianiu czy prezentowaniu towarów przeznaczanych do sprzedaży” 3. W §3 ust. 1 pkt 7 definicja koloru jaskrawego jest zbyt ogólna i należy ją usunąć 4. W §3 ust. 1 pkt 14 definicję pasa reklamowego zamienić na: „należy przez to rozumieć część elewacji w parterze budynku na której mogą być zlokalizowane szyldy znajdująca się między górną krawędzią witryn, okien lub drzwi a gzymsem lub w przypadku braku gzymsu, dolną krawędzią witryn, okien lub drzwi pierwszego piętra, a w przypadku budynków parterowych – pomiędzy górną krawędzią witryn, okien lub drzwi a gzymsem lub krawędzią dachu lub attyki” 5. W §3 ust. 1 pkt 21 definicję pasa reklamowego zamienić na: „należy przez to rozumieć wolnostojące, niepołączone trwale z gruntem urządzenia reklamowe, w	częściowo uwzględniona

formie gabloty na pionowej podstawie bądź sztalugi malarskiej, z wyłączeniem konstrukcji służących do prezentowania lub wykładania towarów przeznaczonych do sprzedaży, eksponowane w czasie, w którym dany lokal jest otwarty dla klientów"

6. W §3 ust. 1 rozbudować katalog pojęć o definicję tablicy informacyjnej oraz dopisanie ustalenia: „W rozumieniu uchwały, informacje i dzieła artystyczne nie są uznawane za tablice reklamowe i urządzenia reklamowe gdy stanowią informację o dostępnych usługach, w tym w szczególności mających znaczenie dla miasta Opola, jego społeczności lub użytecznych publicznie, informację o dostępnej prasie, w tym zwłaszcza prasie lokalnej, biletach komunikacji miejskiej, a także informacje wymagane przepisami prawa, takie jak w szczególności informacje o usługach pocztowych, płatniczych, informacje o zakazie sprzedaży wyrobów tytoniowych itp. oraz dotyczące dostępności usług, w tym usług użytecznych publicznie, a także informacje o dopuszczalnym sposobie płatności za usługi lub towary prezentowane w formie plakatów lub naklejek nawiercających logo usługi, piktogramów, ogłoszeń itp. o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 1,5 m², umieszczone na obiekcie oferującym wymienione usługi"

7. W §3 ust. 1 pkt 26 zamienić pojęcie szyldu semaforowego na semafor reklamowy i jego definicję na: „należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe (np. w formie logo, logotypu, figury, neonu, kasetonu) umocowane prostopadle dla lica elewacji, w szczególności poprzez zastosowanie wysięgnika"

8. W §5 ust. 1 pkt 3 zapis o niezakłócaniu ciągów ciągów i osi widokowych ujętych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jest trudny do jednoznacznego zastosowania i powinno się go usunąć

9. W §5 ust. 1 pkt 6 zapis o niezakłócaniu podziałów poziomych lub pionowych elewacji budynków oraz proporcji między ścianami a przeszkleniami jest zbyt ogólny i powinno się go usunąć

10. W §5 ust. 1 pkt 10 zapis o dostosowaniu tablic i urządzeń reklamowych pod względem kolorystyki, stylu, formy, kroju pisma i materiału do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku lub budowli, na których się znajdują nie jest precyzyjny i powinno się go usunąć

11. W §5 ust. 1 pkt 11 przepis określający standardy jakościowe oraz dopuszczalne rodzaje materiałów budowlanych jest nieprecyzyjny i powinno się go usunąć

12. W §5 ust. 1 pkt 15 zmienić treść na: „zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych – z wyłączeniem szyldów – na ogrodzeniach, tymczasowych obiektach budowlanych z wyłączeniem kiosków ulicznych, obiektach małej architektury, elementach miejsc służących do czasowego gromadzenia odpadów stałych, toaletach miejskich, balustradach, dachach, murach, konstrukcjach oporowych oraz na obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej" albo dodać „15a w odniesieniu do kiosków ulicznych dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch gablot ekspozycyjnych, o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 5 m², a także tablic reklamowych, których łączna powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza 1 m², oraz dopuszcza się prezentowanie w bryle kiosków treści dotyczących informacji o dostępności usług oferowanych w kiosku, w tym usług użytecznych publicznie w tym informacji o dopuszczalnym sposobie płatności za towary lub usługi, możliwym zakupie doładowania telefonu, czy umieszczania informacji wymaganych przepisami prawa, o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 1,5 m²"

13. W §5 ust. 1 pkt 18 usunąć zapis o odległościach tablic i urządzeń reklamowych od krawędzi elewacji, najbliższej krawędzi detalu architektonicznego, otworów drzwiowych i okiennych, czy znaków Systemu Identyfikacji Miejskich lub zamienić na: „dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe z zachowaniem minimum 50 cm odległości od znaków Systemu Identyfikacji Miejskiej, w szczególności numeru adresowego budynku i nazwy ulicy oraz od innych znaków i tablic umieszczanych na podstawie przepisów odrębnych"

14. W §5 ust. 1 pkt 20 zmienić treść na: „gabloty ekspozycyjne typu CLP dopuszcza się: a) w miejscach publicznych, wolnostojące oraz usytuowane na ścianach kiosków”
15. W §5 ust. 1 pkt 21 usunąć regulację
16. W §5 ust. 1 dopisać pkt 28 w brzmieniu: „dopuszcza się umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych na urządzeniach służących użytkowi publicznemu, takich jak bankomaty, lodówki lub automaty do sprzedaży napojów lub przekąsek”
17. W §5 ust. 2 pkt 2, §5 ust. 3 pkt 5, §5 ust. 4 pkt 6, §5 ust. 5 pkt 2 w odniesieniu do obszaru A zrezygnować z wprowadzenia dopuszczalnej kolorystyki oraz ustalić dopuszczalną powierzchnię do 50% powierzchni szkła, gdy łączna powierzchnia szkła danego obiektu wynosi mniej niż 3 m² oraz do 30% gdy powierzchnia szkła wynosi więcej lub równo 3 m²
18. W §5 ust. 2 pkt 5 zrezygnować z ustalania kolorystyki
19. W §5 ust. 2 nadać brzmienie: „dopuszcza się sytuowanie gablot reklamowych, stojaków reklamowych, potykaçy, i semaforów reklamowych”
20. W §5 ust. 3 pkt 4 rozszerzyć dopuszczalną liczbę tablic lub urządzeń reklamowych do dwóch oraz zrezygnować z określania ich dopuszczalnej powierzchni
21. W §5 ust. 3 dopisać pkt 7 w brzmieniu: „dopuszcza się sytuowanie stojaków reklamowych, potykaçy oraz semaforów reklamowych”
22. W §5 ust. 4 pkt 2 zmienić brzmienie na: „na budynkach mieszkalnych, usługowych, produkcyjnych, składów i magazynów, dopuszcza się jedną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe i powierzchnię nieprzekraczającą 2 m², umieszczone płasko na elewacji, służące reklamie działalności prowadzonej w tych budynkach – z wyjątkiem flag reklamowych, cityscrolli, witraży, gablot ekspozycyjnych typu CLP oraz reklam na elewacjach osłon przeciwsłonecznych, w szczególności na roletach, żaluzjach, foliach perforowanych, refleksolach – przy czym ograniczenie wskazane w niniejszym punkcie nie dotyczy kiosków”
23. W §5 ust. 4 pkt 6 umożliwić umieszczanie reklam w wymiarze do 50% powierzchni szkła, gdy łączna powierzchnia szkła danego obiektu wynosi mniej niż 3 m² oraz do 30% gdy powierzchnia szkła wynosi więcej lub równo 3 m²
24. W §5 ust. 4 pkt 7 zrezygnować z ustalenia
25. W §5 ust. 4 pkt 8 zrezygnować z zapisu lub przyjąć minimalną odległość w wysokości 20 m i przy tym nie większą niż 1,5 m od fasady obiektów typu kiosk
26. W §5 ust. 4 dodać pkt 10 w brzmieniu: „dopuszcza się umieszczanie semaforów reklamowych”
27. W §5 ust. 5 dodać pkt 3 w brzmieniu: „dopuszcza się umieszczanie gablot reklamowych, potykaçy, stojaków reklamowych oraz semaforów reklamowych”
28. W §5 ust. 6 pkt 2 lit. b zrezygnować z ograniczenia powierzchni
29. W §5 ust. 6 pkt 5 zrezygnować z regulacji lub nadać brzmienie: „zakaz sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych niepołączonych trwale z gruntem, z wyjątkiem stojaków reklamowych i potykaçy”
30. W §5 ust. 7 pkt 1 lit. c dodać tiret szóste w brzmieniu: „- w przypadku parterowych budynków i obiektów budowlanych, których linia dachu przesłonięta jest elementami typu attyki, dopuszcza się usytuowanie szyldów w formie neonów, liter, liter przestrzennych, logotypów przestrzennych, kasetonów, tablic płaskich, tablic na dystansach powyżej linii dachu do końca attyki”
31. W §5 ust. 7 pkt 2 lit. g tiret trzecie i szóste nadać brzmienie: „- litery, logo, logotypy przestrzenne, neony usytuowane nad witryną, w górnej części witryny lub attykach, szyldy, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji. (...) – kasetony lub tablice płaskie nad witryną, w górnej części witryny lub

na attykach, o powierzchni nie większej niż 6,5 m² i dopasowanie do istniejących podziałów architektonicznych elewacji” 32. W §5 ust. 7 pkt 1 lit. 1 zrezygnować z dopuszczalnych barw szyldów 33. W §5 ust. 7 pkt 3 wprowadzić literę n w brzmieniu: „dla budynków lub innych obiektów budowlanych, np. kiosków, posiadających witryny na różnych ścianach dopuszcza się usytuowanie szyldów tego samego rodzaju na każdej odsłoniętej elewacji” 34. W §5 dopisać ustęp 6 w brzmieniu: „W rozumieniu uchwały, kioski stanowią obiekty budowlane” 35. W §8 ust. 2 wydłużyć okres dostosowania się zasad do 36 miesięcy, a w przypadku obszarów D i E do 60 miesięcy	
Umożliwić umieszczanie szyldów powyżej poziomu parteru na budynkach, które przeznaczone są na usługi, ograniczając ich liczbę do maksymalnie 3 szyldów – w jednolitym kolorze oraz wykonanych z tych samych materiałów. Rozważyć zwiększeniem powierzchni tablic reklamowych, które mogą być umieszczane na witrynach w strefie A do przynajmniej 30% powierzchni.	częściowo uwzględniona
W projekcie nie uwzględniono wniosków wniesionych przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej w dniu 19.08.2016 r. Nie uwzględniono konieczności funkcjonowania reklamy i informacji oraz nie odniesiono się do istniejącej rzeczywistości. 1. W §3 ust. 1 pkt 1 definicja niezrozumiała, niezgodna z prawem 2. W §3 ust. 1 definicje należy poprawić 3. W §3 ust. 2 przepisy odrębne należy przywołać 4. W §4 ust. 1 pkt 3, pkt 3, pkt 4, pkt 5 przepisy niejednoznaczne 5. W §4 ust. 2 pkt 2 lit. c brak definicji obiektów użytkowych służących utrzymaniu porządku 6. W §4 ust. 2 pkt 3 lit. a sformułowanie „nawiązujące do barw miasta” jest niejednoznaczne 7. W §4 ust. 2 pkt 3 lit. a ograniczona lista materiałów powoduje brak możliwości korzystania z nowych technologii 8. W §4 ust. 3 pkt 2 lit. c zapis o detalach nawiązujących do form historycznych jest nieprecyzyjny 9. W §5 ust. 1 pkt 1 wykreślić sformułowanie znacząco negatywnie 10. W §5 ust. 1 pkt 5 zmienić zapis ze względu na zbyt daleko idące ograniczenia 11. W §5 ust. 1 pkt 11 nieprecyzyjny zapis „niezagrożający bezpieczeństwu” 12. W §5 ust. 1 pkt 16 usunąć zapis, brak podstaw prawnych do traktowania podmiotowo imprez 13. W §5 ust. 1 pkt 19 uregulowanie jest społecznie niesprawiedliwe	częściowo uwzględniona

14. W §5 ust. 1 pkt 20 CLP jest zdefiniowany i nie ma potrzeby definiować go inaczej 15. W §5 ust. 1 pkt 23 zapis nieprecyzyjny i należy go wykreślić 16. W §5 ust. 2 pkt 2 lit. d nie ma podstaw do zawężania kolorystyki 17. W §5 ust. 2 pkt 3 zmniejszyć odległość z 50 m do 30 m 18. W §5 ust. 2 pkt 4 wydłużyć okres do 6 miesięcy 19. W §5 ust. 3 pkt 2 brak podania wielkości prowadzić będzie do nadużyć i sporów interpretacyjnych 20. W §5 ust. 3 pkt 3 standardem jest 30 m 21. W §5 ust. 3 pkt 4 miejsce poniżej linii parteru lub gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra nie nadaje się dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych 22. W §5 ust. 3 pkt 5 zapisy nierówno traktują podmioty – należy je wykreślić 23. W §5 ust. 3 pkt 6 wydłużyć okres do 6 miesięcy 24. W §5 ust. 4 zapisy nierówno traktują podmioty – należy je wykreślić 25. W §5 ust. 5 na obszarze D powinny być ustalone osobne uregulowania dla ciągów komunikacyjnych 26. W §5 ust. 6 zapisy odbiegają od standardów i powinny być zweryfikowane 27. W §5 ust. 6 „o powierzchni nieprzekraczającej 18 m²” – jako standard 28. W §5 ust. 6 pkt. 4 zapisy są nierealne 29. W §5 ust. 6 pkt 4 lit. a tiret trzecie uzupełnić o zapis: „w tym samym kierunku – 150 m” 30. W §5 ust. 6 pkt 4 lit. b tiret drugie zapis powinien brzmieć: „dla tablic reklamowych usytuowanych wzdłuż dróg publicznych klasy zbiorczej – od 8 m² do 18 m²” 31. W §5 ust. 6 pkt 4 lit. b tiret drugie zapis powinien brzmieć: „dla tablic reklamowych usytuowanych wzdłuż dróg publicznych klasy głównej i głównej ruchu przyspieszonego – od 12 m² do 36 m²” 32. W §5 ust. 6 pkt 4 lit. c przepis niewykonalny ze względu na brak odniesienia 33. W §5 ust. 6 pkt 5 wykreślić „niepołączonych trwale z gruntem” 34. W §5 ust. 6 pkt 6 totem lub pylon na 35 m jest fatalną dominantą 35. W §5 ust. 6 pkt 7 odległość 30 m 36. W §5 ust. 6 pkt 8 niedopuszczalne 50% powierzchni szkła 37. W §5 ust. 7 wszystkie zapisy niezgodne są z przepisami ustawy krajobrazowej i nie mogą być w tej formule wprowadzone w życie, należy je opracować od nowa 38. W §8 ust. 2 zapis winien brzmieć: „Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy dostosować w ciągu 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały”	
- §1 ust. 2 niezgodny z Zasadami techniki prawodawczej (brak szczegółów) - §2 ust. 2 niezgodny z podstawą prawną	częściowo uwzględniona

- §3 ust. 1 niezgodny z Zasadami techniki prawodawczej oraz podstawą prawną – zawiera informacje, ustalenia nieostre, wieloznaczne - §5 ust. 1 niezgodny z Zasadami techniki prawodawczej oraz podstawą prawną – zawiera określenia niejasne, ustalenia podmiotowe - §5 ust. 2 pkt 2 – podmiotowe przyznanie uprawnień - §5 ust. 3 pkt 3, §5 ust. 3 pkt 4, §5 ust. 3 pkt 5 lit a, §5 ust. 3 pkt 5 lit b podmiotowe przyznanie uprawnień - §5 ust. 4 pkt 2, §5 ust. 4 pkt 3, §5 ust. 4 pkt 4, §5 ust. 4 pkt 6 podmiotowe przyznanie uprawnień - §5 ust. 5 pkt 2 podmiotowe przyznanie uprawnień - §5 ust. 6 pkt 1-3 podmiotowe przyznanie uprawnień - §5 ust. 6 pkt 4 proponowane zmiany w tiret trzecie pomiędzy billboardami usytuowanymi wzdłuż dróg publicznych klasy głównej i głównej ruchu przyspieszonego 150 m, w tiret drugie i trzecie dla billboardów usytuowanych wzdłuż dróg publicznych klasy zbiorczej powierzchnia ekspozycji od 8 m² do 18 m², dla billboardów usytuowanych wzdłuż dróg publicznych klasy głównej i głównej ruchu przyspieszonego powierzchnia ekspozycji od 12 m² do 36 m², wysokość górnej krawędzi tablicy dla billboardów o powierzchni nieprzekraczającej 12 m² - 6 m +/-5%, dla billboardów o powierzchni od 12 m² do 18 m² - 9 m +/-5%, dla billboardów o powierzchni powyżej 18 m² - 12 m +/-5% - w odniesieniu do szyldów należy zauważyć niezgodne z ustawą podmiotowe przyznanie uprawnień	
--	--

7. Przebieg Akcji informacyjnej

Akcję informacyjną dotyczącą przedmiotu konsultacji prowadzono z wykorzystaniem możliwie wielu kanałów:

- w Biuletynie Informacji Publicznej opublikowano:

Obwieszczenie o wyłożeniu do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń zgodnie z art. 37b ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2016 r. poz. 778, poz. 904).

- na tablicy ogłoszeń Urzędu Miasta Opola (pl. Wolności 7-8, III piętro, 45-018 Opole) opublikowano:

Obwieszczenie o wyłożeniu do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń zgodnie z art. 37b ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2016 r. poz. 778, poz. 904).

- w prasie lokalnej opublikowano:

Ogłoszenie o wyłożeniu do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń

- na stronie internetowej Urzędu Miasta na bieżąco informowano o postępie prac nad projektem uchwały,
- przekazywanie informacji Radzie Miasta i radom dzielnic,
- konferencja prasowa Prezydenta Miasta Opola.

8. Uwagi

Dodatkowych informacji o przebiegu i wyniku konsultacji może udzielić Magdalena Śliwa z Biura Urbanistycznego- tel.: 774511925, adres mailowy: bu@um.opole.pl

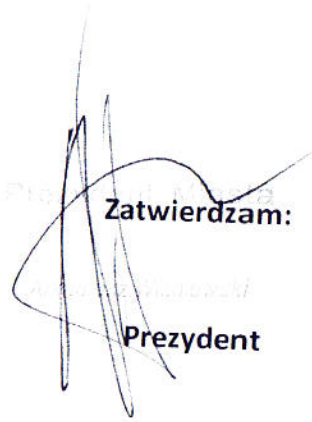


Naczelnik
Centrum Dialogu Obywatelskiego


Dorota Puchowicz-Witko

Podpis naczelnika/zastępcy naczelnika
Centrum Dialogu Obywatelskiego

CZĘŚĆ B. Zatwierdzenie Prezydenta


Zatwierdzam:

Prezydent

CZĘŚĆ C. Ogłoszenie Raportu

27.12.2016r. Opole