

Krosno, dn. 28 czerwca 2023 r.

Pan

**Zbigniew Kubit
Przewodniczący
Rady Miasta Krosna**

AUTOPOPRAWKA

do projektu Uchwały Rady Miasta Krosna

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

- 1) W § 1 w ust. 4 skreśla się wyrazy „o których mowa w ust. 2,”.

UZASADNIENIE

Zmiana dotyczy korekty oczywistej omyłki pisarskiej nie mającej istotnego wpływu na zapisy Uchwały.

- 2) Załącznik nr 3 – „Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Krosna uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Miasto Krosno obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane” otrzymuje brzmienie:

Załącznik Nr 3 do uchwały Nr LXI/1689/23
Rady Miasta Krosna
z dnia 30 czerwca 2023 r.

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Krosna uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Miasto Krosno obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

Projekt Uchwały Krajobrazowej był wykładany do publicznego wglądu dwukrotnie.

Pierwsze wyłożenie do publicznego wglądu: od 14 grudnia 2022 r. do 03 stycznia 2023 r.

Termin wnoszenia uwag: do dnia 17 stycznia 2023 r.

Drugie wyłożenie do publicznego wglądu: od 17 maja do 06 czerwca 2023 r.

Termin wnoszenia uwag: do dnia 20 czerwca 2023 r.

Pierwsze wyłożenie - lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych:			
Podmiot lub osoba składająca uwagę	Data wpłynięcia uwagi	Nr uwagi (l.p)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Sposób rozpatrzenia Prezydenta Miasta Krosna, z uzasadnieniem
W.K.	16.01.2023	1.	Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna Treść uwagi: "rzecz" dotyczy przede wszystkim szeroko pojętej estetyki, wygody, funkcjonalności, bezpieczeństwa użytkownika. Zagadnienie to można jednak sprowadzić w podstawowym i przeważającym zakresie (odczytując treść uchwały) jedynie do pojęcia PROPORCJI. Wymieniane w treści uchwały techniczne parametry wymiarów, materiałów i lokalizacji stwarzają pozór "mądrych" zapisów. W rzeczywistości, przeznaczone dla laików, bez wskazania odpowiednich mechanizmów ich stosowania, mechanizmów kontroli i ewentualnych kar za ich nie stosowanie (łącznie z usunięciem na koszt właściciela), nic nie wnoszą (z punktu widzenia celu któremu mają służyć). Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga nie merytoryczna, nieodnosząca się do treści uchwały. Gabaryty ujęte w projekcie uchwały nie mogą być ujęte w postaci pojęcia proporcji, które jest całkowicie niemierzalne. Czytelność zapisów projektu uchwały wynika z jasno sprecyzowanych maksymalnych i minimalnych wymiarów oraz maksymalnej i minimalnej liczby tablic czy urządzeń. Uchwała krajobrazowa nie jest dokumentem wskazującym mechanizmy kontroli i kar za niedostosowanie się do zapisów uchwały. Rada gminy może wprowadzić w drodze uchwały opłatę reklamową od umieszczonych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, wówczas ten dokument będzie zawierał informację o mechanizmach kontroli i kar.

2.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:

brak

Treść uwagi:

w dokumencie nie uwzględnia się kluczowego dla sprawy zawodu ARCHITEKTA i ARCHITEKTURY (wymieniając za to mało istotne grupy zawodowe). Można powiedzieć, że zawodu prowadzącego w tych ustaleniach, zawodu ogarniającego całokształt problematyki i wiedzy. Zawodu posiadającego odpowiednie i wysokie kwalifikacje do oceny tego typu działań.

Wymieniony na pierwszym miejscu przykład - Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków oraz Miejskiego Konserwatora Zabytków oraz kolejno przedstawiciele środowisk artystycznych i kulturalnych posiadają zdecydowanie węższy zakres wiedzy dotyczący poruszanej tematyki.

Tworzenie, a potem analizowanie uchwały wymaga rozumienia jej konsekwencji przestrzennych, użytkowych, budowlanych i ekonomicznych oraz genezy historycznej i technicznej, do czego konieczne są predyspozycje oraz przygotowanie zawodowe. Nie jest bowiem możliwe ujęcie w rygor przepisów każdej sytuacji. Dlatego trzeba podkreślić, że wyłącznie architekci mają kompetencje niezbędne do prawidłowego definiowania i interpretowania zagadnień architektoniczno urbanistycznych.

Wymagania/ustalenia tej uchwały traktują projektantów wszelkiej profesji, w tym pominiętych architektów, jak, nie przymierzając "dzieci specjalnej troski".

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga nie merytoryczna, nieodnosząca się do treści projektu uchwały, która nie uwzględnia żadnych grup

			<p>zawodowych, w tym architektów.</p> <p>W § 4. ust. 2. wskazano, iż dla zagwarantowania wysokich standardów estetycznych i technicznych murali artystycznych planowanych w krajobrazie kulturowym Krosna, te publiczne formy wypowiedzi artystycznej w strefie A powinny zostać poddane specjalnej procedurze uzgadniania i zatwierdzania projektu i jego realizacji.</p> <p>W tym celu każdorazowo powinna zostać powołana komisja, składająca się z przedstawicieli Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków delegatura w Krośnie, Miejskiego Konserwatora Zabytków w Krośnie, dodatkowo zaproszonych przedstawicieli środowisk artystycznych, kulturalnych i przedstawicieli społeczeństwa lokalnego.</p>
		3.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna</p> <p>Treść uwagi: biorąc pod uwagę powyższe, moja ocena uchwały jest jednoznacznie NEGATYWNA. Tekst uchwały winien być w całości przeredagowany a treść nowego dokumentu/uchwały poddana ocenie Miejskiej Komisji Architektoniczno Urbanistycznej. Dla uchwały winien być opracowany KOREFERAT.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna, która nie odnosi się do treści uchwały i stanowi subiektywną ocenę podmiotu ją wnoszącego.</p>
MOSIR KROSNO	17.01.2023	4.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna</p> <p>Treść uwagi: Zapisy dotyczące zakazu sytuowania tablic reklamowych na ogrodzeniach obiektów sportowych spowodują między innymi konieczność demontażu reklam zawieszonych na ogrodzeniu Stadionu przy ul. Legionów. W/w powierzchnie reklamowe są udostępnione klubom działającym na tym obiekcie i stanowią dla nich źródło dochodu.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji w projekcie uchwały został ujęty w sposób bardzo uprzywilejowany. Przypominam iż w § 4. ust. 1. pkt. 7. widnieje zapis</p>

		<p>mówiący, iż do zapisów Uchwały Krajobrazowej nie stosuje się tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, informujących o wydarzeniach kulturalnych, rozrywkowych i sportowych, publikowanych m.in. przez miejski ośrodek sportu i rekreacji.</p> <p>Dodatkowo w § 4. ust. 1. pkt. 10. istnieje zapis wyłączający z ustaleń Uchwały Krajobrazowej tablice reklamowe i urządzenia reklamowe widoczne wyłącznie z zamkniętych przestrzeni dostępnych publicznie, m.in. wewnątrz obiektów sportowych.</p> <p>Także w § 9. ust. 1. pkt. 2 lit. b dopuszczono sytuowanie tablic i urządzeń związanych m.in. z wydarzeniami sportowymi, na okres nie dłuższy niż 30 dni.</p> <p>W założeniach projektu uchwały krajobrazowej ogrodzenia parków miejskich, cmentarzy, obiektów sportowych oraz terenów zieleni powinny być przestrzeniami wolnymi od reklam.</p>
		<p>5. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 9. ust. 2. pkt. 1 lit. f</p> <p>Treść uwagi: „zakazuje się : sytuowania tablic (reklamowych) i urządzeń na ogrodzeniach parków miejskich, cmentarzy, obiektów sportowych oraz terenów zieleni”.</p> <p>Z powyższych zapisów proponuję wykreślenie słów cyt. „obektów sportowych”</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. W założeniach projektu uchwały krajobrazowej ogrodzenia parków miejskich, cmentarzy, obiektów sportowych oraz terenów zieleni powinny być przestrzeniami wolnymi od reklam.</p>
R.P.	17.01. 2023	<p>6. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 2. ust. 1.</p> <p>Treść uwagi: W paragrafie 2 pt 1. przedstawiono definicje na potrzeby Uchwały, lecz w wielu przypadkach w treści nie ma odniesienia do przedstawionych rodzajów reklam (dotyczy to głównie reklam przestrzennych, kasetonów, pylonów- w paragrafach dot. rozmieszczenia reklam przy drogach.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p>

		<p>Uzasadnienie: Zdecydowana większość tablic i urządzeń reklamowych posiada odniesienia w tekście uchwały. Wyjątek stanowi totem, który został wymieniony jako element punktu 15) tj. tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe nie będące szyldem, wolnostojące. Wspomniana sytuacja wynika z tego, że takie elementy jak np. kasetony, pylony, totemy określana jest całościowo jako grupa pod nazwą tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe nie będące szyldem.</p>
	7.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna</p> <p>Treść uwagi: Brak w Uchwale maksymalnych wymiarów dla większości rodzaju reklam.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Częściowe nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: W uchwale określono maksymalne wymiary szyldów (1 m²), tablic wolnostojących (8 m²), tablic w formie reklamy kierunkowej na słupku (1 m szerokości i 0,25 m wysokości), gablot ekspozycyjnych na stacjach paliw (1 m²), citylight na stacji paliw (2,2 m²) czy reklamy wyborczej (3 m²). Określona została także maksymalna wysokość szyldów semaforowych (4 m) oraz pylonów reklamowych w Strefie E (25 m). Nie określono wymiarów maksymalnych banerów, które zgodnie z projektem zostaną całkowicie zakazane. W projekcie uchwały nie zostały określone maksymalne wymiary billboardów. Wobec powyższego definicja billboardu zostanie ujęta w następujący sposób: billboard – należy przez to rozumieć tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe, jednostronne lub dwustronne w układzie poziomym lub pionowym, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy w formacie standardowym, o wymiarach powyżej 8 m² i maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 18 m², umieszczoną na elewacji budynku lub na specjalnie do tego przystosowanym słupie lub słupach, trwale związanym z gruntem betonowym fundamentem.</p>
	8.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 9. ust. 1. pkt. 1. lit. d, § 9. ust. 2. pkt. 1. lit. c, k, l</p> <p>Treść uwagi: W Uchwale przyjęto zakaz rozmieszczania wszelkich reklam- (tablic i urządzeń wolnostojących- par 9 pt1.1d)</p>

		<p>w odległości 50 lub 30 metrów od skrzyżowania. W rzeczywistości w zabudowie miejskiej sumując odległości dwóch skrzyżowań (30+30, lub 50+50) brak jest jakiegokolwiek możliwości posadowienia reklam na większości terenu Miasta. Zapewne większa część skrzyżowań w mieście jest oddalona od siebie o mniej niż 60 m!</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Dla zagwarantowania maksymalnego bezpieczeństwa oraz na rzecz czytelności znaków drogowych w projekcie uchwały przyjęto zasadę oddalenia nośników reklamowych od skrzyżowań.</p>
	9.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 9. ust. 1. pkt. 1. lit. d, § 9. ust. 2. pkt. 1. lit. c, k, l</p> <p>Treść uwagi: Prośba o uwzględnienie możliwości posadowienia np. pylonów, kasetonów bez względu na odległość od skrzyżowania w wymiarach np. do 180cm*500cm dla jednej płaszczyzny z możliwością obustronnej prezentacji (oczywiście z założeniem, że nie zagrażają bezpieczeństwu (zmiana par 9 pt1.1d i 9.pt1.2.c, k,l). Zasady przyjęte w obecnym Projekcie zablokują bez mała jakąkolwiek możliwość reklamowania działalności gospodarczych przy drogach.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Dla zagwarantowania maksymalnego bezpieczeństwa oraz na rzecz czytelności znaków drogowych w projekcie uchwały przyjęto zasadę oddalenia nośników reklamowych od skrzyżowań.</p>
	10.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna</p> <p>Treść uwagi: Warunki dla poszczególnych stref są nieczytelne. Nie ma wytycznych dot. konkretnych stref. Część wytycznych jest Wskazana ogólnie, w kilku miejscach. Zaleca się wykazanie zakazów i obostrzeń enumeratywnie dla każdej ze stref Z WYMIARAMI !, aby uniknąć nieporozumień. Strefa A: - Zakazuje się:...</p>

		<p>- Nakazuje się:...</p> <p>lub</p> <p>- Dopuszcza się:...</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Charakter i układ Uchwały reguluje Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Ustawa posługuje się trzema głównymi kategoriami reklamy: szyld, tablica reklamowa i urządzenie reklamowe. Uchwałę nie tworzy się pod strefy ani dla konkretnych stref ale pod kategorie reklam. Wobec tego główną częścią uchwały są „Zasady i warunki sytuowania, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów z jakich mogą być wykonane” opracowane osobno dla szyldów, tablic i urządzeń reklamowych. Pragnę zauważyć, iż projekt uchwały jest skonstruowany tak jak w postulacie ale dla każdej kategorii reklamy osobno. Zatem w rozdziale dotyczącym szyldów jest zapis iż w Strefie A zakazuje się, nakazuje się i dopuszcza się. W rozdziale dotyczącym tablic i urządzeń reklamowych także jest zapis iż w Strefie A zakazuje się, nakazuje się i dopuszcza się.</p>
		<p>11. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: uwaga ogólna</p> <p>Treść uwagi: Wnosimy o zapis, że ograniczenia (w tym dotyczące rozlokowania tablic, urządzeń przy drogach i skrzyżowaniach) nie dotyczą działalności takich jak hotele, restauracje (stosowne odstępstwo przyjęto dla stacji benzynowych). Szczególnie prosimy rozważyć też możliwość ustawienia znaków dot. obiektów zabytkowych przy drogach.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga nie zasadna. Zarządca każdego obiektu zabytkowego może wnioskować w Wydziale Drogownictwa Urzędu Miasta Krosna o zgodę na umieszczenie znaku E-10 (Drogowskaz do zabytku jako dobra kultury).</p>
		<p>12. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 4. ust. 1. pkt. 9</p>

			<p>Treść uwagi: Możliwość posadowienia znaku Wjazd/Wyjazd z logo (par 4 pt 1 pp9) do np. 2,5 m2. Mniejszy rozmiar byłby nieczytelny dla przemieszczającego się samochodem.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga nieuwzględniona w formie proponowanej przez Wnioskodawcę. Uwaga zostanie uwzględniona w zakresie zwiększenie dopuszczalnej powierzchni tablic informujących o wjeździe lub wyjeździe do 1,5 m²</p>
McDonald's Polska	30.01.2023	13.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: § 7. ust. 1. pkt. 1. lit. b, f, h</p> <p>Treść uwagi:</p> <p>Uwagi ogólne Zapisy dot. szyldów w strefie C1 nie uwzględniają istniejącego zagospodarowania restauracji, zarówno w zakresie szyldów, w tym: ilości (§ 7 pkt 1 lit. b), powierzchni (§ 7 pkt 1 lit. f), lokalizacji na terenie poza budynkiem (§ 7 pkt 1 lit. h) oraz na poziomie parteru (§ 7 pkt 2 lit. a). Intencją i głównym powodem wprowadzenia uchwały jest walka z nielegalną reklamą w tym stosowaniem banerów, tymczasem zapisy projektu ograniczają istniejące oznakowanie na nieruchomości, na które uzyskano pozwolenie na budowę. Takie ograniczenie narusza zasadę praw nabytych w drodze indywidualnych decyzji budowlanych realizowane w ramach oznakowania systemowego jakie standardowo towarzyszy budowie obiektów w systemie drive thru (sprzedaż z okienka bezpośrednio do pojazdu). Ponieważ w ramach dalszych prac nad uchwałą będziecie Państwo pracować nad stosowanymi zmianami, proszę o uwzględnienie w zapisach istniejącego i legalnego oznakowania na przedmiotowej nieruchomości, na które uzyskano pozwolenie budowlane, w szczególności uwzględnienie istniejących na budynku w tym elewacji znaków firmowych oraz wolnostojącego pylonu, dedykowanego dla klientów zmotoryzowanych.</p> <p><u>Uwagi szczególne</u> Uwzględnienie istniejącego oznakowania może nastąpić na kilka sposobów: - po pierwsze poprzez wprowadzenie wzdłuż drogi krajowej 28 stosownej podstrefy, gdyż włączenie nieruchomości przy ul. Lwowskiej 56 do strefy mieszkaniowej wydaje się rozwiązaniem niepasującym do prowadzonej działalności - po drugie uznanie oznakowania systemowego w ramach</p>

			<p>restauracji, stacji paliw oraz innych usług dedykowanych dla podróżujących pojazdami jako wyjątku z zastosowania uchwały i wynikających z niej ograniczeń, co może nastąpić poprzez wprowadzenie przepisu, iż zapisów uchwały nie stosuje się do oznakowania systemowego dla wolnostojących obiektów oznakowanych w szyldy, czy też</p> <p>- po trzecie, zastosowanie zapisu podobnego jakiego użyto przy małej architekturze i ogrodzeniach (§ 14 ust 8), iż zapisów nie stosuje się do reklam posadowionych na podstawie ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę.</p> <p>Brak uwzględnienia istniejącego legalnie oznakowania działalności prowadzonej na danej nieruchomości może negatywnie wpływać na zmniejszenie sprzedaży, a negatywne skutki finansowe, mogą w konsekwencji doprowadzić do zmniejszenia zatrudnienia oraz sprzedaży realizowanej w ramach lokalnych dostawców. Zrównoważony rozwój i wzrost gospodarczy także podlegają ochronie prawnie stąd prosba, aby uwzględnić istniejące oznakowanie co zniweluje negatywne skutki społeczno-ekonomiczne, w tym ryzyko roszczeń odszkodowawczych.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Częściowe nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga uwzględniona tylko w zakresie wolnostojącego pylonu. Działki na których prowadzona jest działalność Restauracji McDonald's zostały włączone do nowo wydzielonej podstrefy D8. W § 9 ust. 1 pkt 1 lit. e w strefie D dopuszcza się sytuowanie 1 pylonu reklamowego dla obiektu usługowo-handlowego, wyłącznie na terenie bezpośrednio znajdującym się przed tą nieruchomością, których maksymalna wysokość wynosi 25 m. Jeżeli chodzi o pozostałą reklamę, zgodnie z § 9 ust. 2 pkt 2 lit. g w Strefie D dopuszcza się sytuowanie urządzeń i tablic reklamowych na obiektach usługowo-handlowych wyłącznie płasko na elewacji, o łącznej powierzchni ekspozycji nieprzekraczającej 25 % powierzchni obiektu.</p>
Drugie wyłożenie - lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych:			
Jeronimo Martins Polska	20.06.2023	14.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: brak</p> <p>Treść uwagi: Naruszenie zasady ochrony praw nabytych. Artykuł 2 Konstytucji RP stanowi, że Rzeczpospolita Polska jest demokratycznym państwem prawnym, urzeczywistniającym zasady sprawiedliwości społecznej,</p>

wprost z niniejszego artykułu wywiedziona jest podstawowa dla funkcjonowania każdego państwa prawa zasada ochrony praw nabytych, a przestrzeganie tej zasady ma szczególne znaczenie w sytuacji, w której dochodzi do zmiany dotychczas obowiązujących przepisów, zwłaszcza tych, które znalazły już zastosowanie, jako czynnik kształtujący sytuację prawną ich adresatów. Mając na uwadze powyższe uznać należy, że na etapie przygotowania projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, nakazującego dostosowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale doszło do nieuwzględnienia i niezastosowania wywiedzionej z art. 2 Konstytucji RP zasady ochrony praw nabytych, podczas gdy z przepisu tego oraz wywiedzionej z niego zasady powstaje dla ustawodawcy nakaz jego stosowania, a co za tym idzie zakaz stanowienia przepisów arbitralnie odbierających lub ograniczających prawa podmiotowe przysługujące jednostce lub innym podmiotom prywatnym występującym w obrocie prawnym.

Wobec powyższego uznać należy, że projekt uchwały krajobrazowej w zakresie w jakim nakłada on na właścicieli ograniczony czasowo i generujący koszty obowiązek dostosowania już istniejących i powstałych zgodnie z obowiązującymi prawem tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, pozostaje w sprzeczności z konstytucyjną zasadą ochrony praw nabytych.

W konsekwencji zapisy uchwały nie mieszczą się w zakresie ustawowego upoważnienia przyznanego organom samorządowym. W szczególności nie odnoszą się i nie zapewniają ochrony urządzeń reklamowych obecnie istniejących, a ponadto nie regulują ochronnych praw nabytych poprzez różnicowanie sytuacji podmiotów, które przed wejściem w życie uchwały wzniosły tablice i urządzenia reklamowe na podstawie ważnych pozwoleń lub zgłoszeń. Nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że prawa tych podmiotów nie zostały również należycie zabezpieczone poprzez wprowadzenie wystarczająco długiego okresu dla dostosowania przedmiotowych urządzeń do wymogów uchwały, który to termin z punktu widzenia sieci „Biedronka” wynosiłby 84 miesiące ze względu na 7 letni interwał w jakim remontowane są sklepy co pozwoliłoby na zoptymalizowanie kosztów ewentualnego dostosowania. Nie ustanowiono również stosownej rekompensaty pieniężnej, co jest równoznaczne z ich wywłaszczeniem i ograniczeniem działalności gospodarczej oraz integracją w prawo własności.

		<p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. W kwestii zarzucanych przez Jeronimo Martins Polska S.A. naruszeń zasady ochrony praw nabytych, zasady pewności prawa i zaufania obywateli do Państwa oraz zasady wolności działalności gospodarczej i prawa własności wskazać należy, iż przedmiotowa uchwała zasad powyższych nie narusza. Unormowania zawarte w projekcie uchwały mieszczą się ramach delegacji ustawowej. Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r., poz. 503 z późn. zm.) pozwala organom gminy na działania ograniczające swobodę anektowania przestrzeni publicznej przez różnego rodzaju podmioty. Ustawodawca, mając świadomość, iż sytuowanie niektórych nośników wymagało nakładów finansowych i organizacyjnych postawił przed organami gminy wymóg wskazania odpowiednio długiego czasu na przystosowanie istniejących urządzeń do zasad wskazanych w uchwale krajobrazowej (art. 37a ust.9 ww. ustawy). Projekt Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Krosna wymóg ten spełnia. Ustalenie zasad i terminu, w jakim należy dostosować się do nowych zasad ochrony krajobrazu jest potwierdzeniem szacunku do zasady pewności prawa. Nie można też pomijać okoliczności, iż przepisy rangi ustawowej będące podstawą do podejmowania uchwał krajobrazowych zostały uchwalone w odpowiedzi na szerokie oczekiwanie społeczne. Ustawodawca uznał, iż prawo mieszkańców gminy do względnie „czystej”, „uporządkowanej” przestrzeni publicznej jest ważniejszym dobrem niż prawo przedsiębiorców do nieograniczonej w tej przestrzeni reklamy. Przepisy dotyczące ochrony krajobrazu, zarówno rangi ustawowej jak i na poziomie prawa miejscowego nie ograniczają niczyjej działalności gospodarczej, ujmują jedynie w rozsądne ramy jeden z aspektów tej działalności – reklamę.</p>
	15.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:</p> <p>Treść uwagi: Naruszenie zasady pewności prawa i zaufania obywateli do państwa. Naruszenie przepisów art. 2 Konstytucji RP, poprzez niezastosowanie na etapie przygotowania projektów ww. uchwały zasady poprawnej legislacji wynikającej z przedstawionej w art. 2 Konstytucji RP zasady demokratycznego państwa prawa tj. zasady ochrony zaufania do państwa w myśl, której zobowiązuje się organy</p>

państwa do stanowienia i stosowania przepisów prawa w taki sposób by obywatel mógł układać swoje sprawy w zaufaniu, że nie naraża się na skutki prawne, których nie mógł przewidzieć w momencie podejmowania decyzji (wyrok TK z 2 czerwca 1992 r., K. 34/98).

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

W kwestii zarzucanych przez Jeronimo Martins Polska S.A. naruszeń zasady ochrony praw nabytych, zasady pewności prawa i zaufania obywateli do Państwa oraz zasady wolności działalności gospodarczej i prawa własności wskazać należy, iż przedmiotowa uchwała zasad powyższych nie narusza. Unormowania zawarte w projekcie uchwały mieszczą się ramach delegacji ustawowej. Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r., poz. 503 z późn. zm.) pozwala organom gminy na działania ograniczające swobodę anektowania przestrzeni publicznej przez różnego rodzaju podmioty. Ustawodawca, mając świadomość, iż sytuowanie niektórych nośników wymagało nakładów finansowych i organizacyjnych postawił przed organami gminy wymóg wskazania odpowiednio długiego czasu na przystosowanie istniejących urządzeń do zasad wskazanych w uchwale krajobrazowej (art. 37a ust.9 ww. ustawy). Projekt Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Krosna wymóg ten spełnia. Ustalenie zasad i terminu, w jakim należy dostosować się do nowych zasad ochrony krajobrazu jest potwierdzeniem szacunku do zasady pewności prawa. Nie można też pomijać okoliczności, iż przepisy rangi ustawowej będące podstawą do podejmowania uchwał krajobrazowych zostały uchwalone w odpowiedzi na szerokie oczekiwanie społeczne. Ustawodawca uznał, iż prawo mieszkańców gminy do względnie „czystej”, „uporządkowanej” przestrzeni publicznej jest ważniejszym dobrem niż prawo przedsiębiorców do nieograniczonej w tej przestrzeni reklamy. Przepisy dotyczące ochrony krajobrazu, zarówno rangi ustawowej jak i na poziomie prawa miejscowego nie ograniczają niczyjej działalności gospodarczej, ujmują jedynie w rozsądne ramy jeden z aspektów tej działalności – reklamę.

16.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:

brak

Treść uwagi:

Naruszenie zasady wolności działalności gospodarczej

i prawa własności.

Wolność działalności gospodarczej jest jednym z podstawowych praw gwarantowanych przez Konstytucję. Wskazuje się, że wolność działalności gospodarczej może być traktowana jako wyraz ogólnej wolności człowieka gwarantowanej przez art. 31 ust. 1 Konstytucji RP. Zasada wolności działalności gospodarczej stanowi więc zasadę prawa, która jest adresowana do organów stanowiących i stosujących prawo. Zasada ta nakazuje wspomnianym organom dążyć do zapewnienia w najszerszym możliwym zakresie swobody działalności gospodarczej. Pojęcie wolności działalności gospodarczej należy rozumieć szeroko, obejmuje ono przede wszystkim swobodę w podejmowania, prowadzenia i zakończenia działalności gospodarczej w dowolnie wybranych formach prawnych. W pojęciu tym się mieści również prawo do promocji, prowadzenia działań marketingowych, czy prawo do reklamy marki oraz produktów. Art. 22 Konstytucji stanowi, że ograniczenie wolności działalności gospodarczej jest dopuszczalne tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny. Zatem muszą zostać spełnione 2 przesłanki: 1) ważny interes publiczny oraz 2) w drodze ustawy. Uznać należy, iż uporządkowanie ładu przestrzennego w mieście nie mieści się w kategorii ważnego interesu publicznego. Pojęcie wymogu „w drodze ustawy” należy rozumieć w ten sposób, że powyższe sformułowanie przesądza, że wprowadzenie do ograniczenia działalności może dojść tylko przy założeniu istnienia stosownej ustawy wyraźnie przewidującej danego rodzaju ograniczenie i że bez takiej ustawy żadne ograniczenie w tym zakresie nie jest konstytucyjnie dopuszczalne. Wskazana powyżej droga ustawowa dopuszcza także inne organy władzy (legitymowanych przez ustawodawcę) do wydania w tej materii rozporządzenia na podstawie ustawy i w celu jej wykonania. Oznacza to, że ograniczenie wolności działalności gospodarczej może nastąpić na podstawie rozporządzenia, jeżeli tylko w ustawie zostało zamieszczone stosowne upoważnienie.

W konsekwencji ograniczenie działalności gospodarczej nie może być wprowadzone za pomocą aktu prawa miejscowego, stanowi to istotne naruszenie Konstytucji RP. Jednocześnie ograniczenia wynikające z uchwały stanowią daleko posuniętą ingerencję w prawo własności, której podlega szczególnej ochronie zgodnie z Konstytucją i przepisami kodeksu cywilnego. Przede wszystkim nakazywanie właścicielom nieruchomości prywatnych usytuowania w określony sposób obiektów reklamowych narusza uprawnienia właścicielskie, których zakres określa art. 140 k.c., a w szczególności uniemożliwia korzystanie w sposób swobodny.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

W kwestii zarzucanych przez Jeronimo Martins Polska S.A. naruszeń zasady ochrony praw nabytych, zasady pewności prawa i zaufania obywateli do Państwa oraz zasady wolności działalności gospodarczej i prawa własności wskazać należy, iż przedmiotowa uchwała zasad powyższych nie narusza. Unormowania zawarte w projekcie uchwały mieszczą się ramach delegacji ustawowej. Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r., poz. 503 z późn. zm.) pozwala organom gminy na działania ograniczające swobodę anektowania przestrzeni publicznej przez różnego rodzaju podmioty. Ustawodawca, mając świadomość, iż sytuowanie niektórych nośników wymagało nakładów finansowych i organizacyjnych postawił przed organami gminy wymóg wskazania odpowiednio długiego czasu na przystosowanie istniejących urządzeń do zasad wskazanych w uchwale krajobrazowej (art. 37a ust.9 ww. ustawy). Projekt Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Krosna wymóg ten spełnia. Ustalenie zasad i terminu, w jakim należy dostosować się do nowych zasad ochrony krajobrazu jest potwierdzeniem szacunku do zasady pewności prawa. Nie można też pomijać okoliczności, iż przepisy rangi ustawowej będące podstawą do podejmowania uchwał krajobrazowych zostały uchwalone w odpowiedzi na szerokie oczekiwanie społeczne. Ustawodawca uznał, iż prawo mieszkańców gminy do względnie „czystej”, „uporządkowanej” przestrzeni publicznej jest ważniejszym dobrem niż prawo przedsiębiorców do nieograniczonej w tej przestrzeni reklamy. Przepisy dotyczące ochrony krajobrazu, zarówno rangi ustawowej jak i na poziomie prawa miejscowego nie ograniczają niczyjej działalności gospodarczej, ujmują jedynie w rozsądne ramy jeden z aspektów tej działalności – reklamę.

17.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:
brak**Treść uwagi:**

Zastrzeżenia z uwzględnieniem regulacji wewnętrznych sieci biedronka.

Sklepy „Biedronka” oznaczane są indywidualnie dobranym zestawem znaków reklamowych, którego konkretna postać uzależniana jest od uwarunkowań danej lokalizacji.

W zależności od potrzeb montowane są na nieruchomościach następujące typy znaków reklamowych:

Logotyp

Logotyp jest kluczowym elementem identyfikacji danej lokalizacji z marką „Biedronka”. Dzięki swojej barwie i kształtowi jest rozpoznawalny w ciągu dnia, natomiast po zmroku identyfikacja jest dodatkowo możliwa dzięki podświetleniu. Sklepy sieci Biedronka otwarte są do siedmiu dni w tygodniu w zakresie godzinowym obejmującym zarówno porę dnia, jak i częściowo porę nocy, aby zapewnić lokalnej społeczności dostęp do artykułów pierwszej potrzeby. Logotypy występują w kilku ustandaryzowanych rozmiarach i mogą być montowane zarówno na elewacji budynku, dachach budynku jak i na totemach, które również występują w kilku wariantach wysokości. Logotypy wykonane są ze stali i tworzywa sztucznego. Lico logotypu wyklejane jest folią Oracal 8500. Logotypy sytuowane są w liczbie 2 lub 3 na elewacji budynku w zależności od jego zorientowania względem ciągów komunikacyjnych oraz, opcjonalnie, na totemie reklamowym, jeżeli na nieruchomości istnieją techniczne możliwości montażu takiego urządzenia. W ocenie JMP wskazane byłoby dopuszczenie zamontowania logotypu (szyldu) w liczbie większej niż wskazano w uchwale, jeśli sklep „Biedronka” przylega do więcej niż jednej drogi publicznej bądź ciągu pieszego ewentualnie jeśli dostęp do sklepu jest z więcej niż jednej drogi publicznej lub ciągu pieszego.

Zewnętrzne urządzenia reklamowe (billboardy, gabloty ekspozycyjne)

Wyżej przywołane nośniki są najczęściej wykorzystywane do prezentowania ofert produktowo-cenowych wynikających z długoterminowych umów handlowych z dostawcami oraz do komunikacji projektów społecznych, jak np. promocja reprezentacji Polski w piłce nożnej. Działania te spotykają się z pozytywnym odbiorem klientów i są oczekiwane od lidera rynku.

W ocenie Spółki obecna forma i logo marki „Biedronka” jest na tyle utrwalona w świadomości społecznej, że jakakolwiek zmiana w tym zakresie może wpłynąć na obniżenie prowadzonej przez spółkę rentowności. Uchwały krajobrazowe obowiązujące w innych miastach Polski wprowadziły liczne wyjątki dla tego typu obiektów. Postanowienia uchwały delegalizują w znacznej części istniejące nośniki reklamowe i to bez wystarczającego uzasadnienia. Delegalizacja istniejących obiektów, jak i w ich miejsce posadowienie nowych będzie się wiązało dla spółki z dużym nakładem finansowy.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Powoływany przez JMP S.A. fakt przyjęcia przez tę firmę wewnętrznych uregulowań dotyczących urządzeń reklamowych nie może być podstawą do żądania dopasowania do tych uregulowań przepisów prawa miejscowego.

18.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:

§2 ust. 1 pkt 15

Treść uwagi:

Należy zmodyfikować przepis definiujący tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe nie będące szyldem. Totem powinien być uregulowany nie jako urządzenie reklamowe nie będące szyldem, a właśnie jako szyld, gdyż, jak wynika z samej definicji szyldu, informuje o prowadzeniu w danym miejscu (na danej nieruchomości) konkretnej działalności gospodarczej. Totemy są szczególnym rodzajem szyldów wolnostojących, których uchwała nie przewiduje. Na marginesie wskazać należy, iż uchwała definiuje urządzenia reklamowe jakimi są pylony, przy czym totemy wymagają również osobnych regulacji. Totemy są urządzeniami reklamowymi w postaci słupa lub innej pionowej konstrukcji wolnostojącej o minimalnej wysokości 18m, mocowanej w gruncie, na szczycie których umocowany jest logotyp o minimalnej powierzchni ekspozycyjnej 12m². Totemy są podstawowymi urządzeniami reklamowymi, które charakteryzują przedsiębiorców prowadzących sieć sklepów lub restauracji, ukształtowane w świadomości klientów. Ze względu na swoją konstrukcję, totemy stosowane przez przedsiębiorców są estetycznie wykonane i stanowią znak rozpoznawczy danego przedsiębiorstwa. Brak precyzyjnych regulacji dotyczących jednych z podstawowych urządzeń reklamowych stanowi znaczący problem dla przedsiębiorców, którzy uzyskali pozwolenie na budowę totემów. Totemy stanowią podstawowy element identyfikacji danego przedsiębiorcy, a zatem przepisy, które ograniczają ich sytuowanie stanowią ograniczenie prowadzenia działalności gospodarczej.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Z uwagi na charakter konstrukcji (wolnostojący, mocowany w gruncie) ujęty w postaci słupa lub innej pionowej konstrukcji totemy zaliczone zostały do wolnostojących urządzeń reklamowych a nie szyldów. Totemy zdefiniować

		<p>można jako budowle, tj. samodzielne konstrukcje przestrzenne, stanowiące całość techniczno – użytkową. Zatem roboty budowlane polegające na budowie wolno stojącego trwale związanego z gruntem urządzenia reklamowego, wymagają uzyskania pozwolenia na budowę w drodze decyzji administracyjnej. Mając na uwadze powyższe ze względu na konstrukcję urządzeń brak jest podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.</p>
		<p>19. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §2 ust. 1 pkt 19 w zw. z §2 ust. 1 pkt 20</p> <p>Treść uwagi: Należy zmodyfikować przepis regulujący maksymalną powierzchnię ekspozycyjną wolnostojącej tablicy reklamowej. Przykładem wolnostojącej tablicy reklamowej jest billboard. Uchwała dopuszcza sytuowanie wolnostojących billboardów, z wyłączenie strefy A, B i E (§9 ust. 1 pkt 1 lit. e). §2 ust. 1 pkt 20 definiuje billboard jako tablicę reklamową o wymiarach powyżej 8m². Należy zatem zwiększyć maksymalną powierzchnię tablicy reklamowej do 12 m². Należy zwrócić również uwagę, iż w brzmieniu projektu uchwały totom również został zaliczony do urządzeń reklamowych, niebędących sztyldami (co wymaga jednak modyfikacji, o czym mowa powyżej). Konstrukcja totomu jako wysokiego słupa na szczycie którego umieszczony jest logotyp determinuje, iż logotyp jest znacznych rozmiarów. Powierzchnia ekspozycyjna o maksymalnej powierzchni 8m² byłaby zupełnie niewidoczna w przestrzeni publicznej, a totom nie spełniałby swojego podstawowego celu jakim jest oznaczenie miejsca prowadzenia działalności gospodarczej na danej nieruchomości.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Niewzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Z uwagi na ochronę ładu przestrzennego, brak jest podstaw, do zwiększenia maksymalnej powierzchni billboardu z 8 m² do 12 m². Wprowadzone wymogi mają na celu ograniczenie reklam wielkoformatowych o bardzo dużych gabarytach, bardzo intensywnie ingerujących w przestrzeń i krajobraz miejski. Wprowadzone ograniczenia w zakresie sytuowania i powierzchni billboardów będących wolno stojącymi urządzeniami reklamowymi są zgodne z oczekiwaniami społecznymi przeprowadzonymi w ramach konsultacji społecznych i mają na celu wyeliminowanie z przestrzeni miejskiej największych reklam jako obiektów stanowiących istotny,</p>

		<p>a czasami wręcz dominujący element krajobrazu oraz ochronę ładu przestrzennego i walorów krajobrazowych przestrzeni miasta. Przy uwzględnieniu prędkości poruszania się w mieście wprowadzone w uchwale wymiary billboardów są wystarczające dla spełnienia swojego celu, a jednocześnie nie powodują, że nośniki takie stają się dominującym elementem krajobrazu. Zatem ze względu na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.</p>
		<p>20. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §4 ust. 1 pkt 4</p> <p>Treść uwagi: Należy zmodyfikować przepis regulujący dopuszczalne wymiary oznakowania na obiektach małej architektury, związanych z obsługą klientów i organizacją przestrzeni na posesjach obiektów handlowo-usługowych, w szczególności oznakowania na wiatach parkingowych, koszach na śmieci, nośnikach z menu. Proponowane wymiary – łączna powierzchnia ekspozycyjna nie większa niż 0,5 m² - jest zdecydowanie za mała. Takie oznaczenie będzie całkowicie niewidoczne w przestrzeni publicznej. Biorąc pod uwagę rolę takiego oznakowania, wydaje się zasadne żeby mogło mieć ono przynajmniej 1,5 m².</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Zapisy projektu uchwały w sposób jasny i precyzyjny określają wymiary oznakowania na obiektach małej architektury, związanych z obsługą klientów i organizacją przestrzeni na posesjach obiektów handlowo-usługowych, w szczególności oznakowania na wiatach parkingowych, koszach na śmieci, nośnikach z menu. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem oznakowań w przestrzeni publicznej, zatem ujęta w dokumencie wielkość jest wartością optymalną dla zagwarantowania ładu przestrzennego.</p>
		<p>21. Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §7 ust. 1 pkt 1 lit. a i b</p> <p>Treść uwagi: Należy zmodyfikować przepis regulujący limity szyldów. Projekt uchwały przewiduje limit maksymalnie jednego szyldu w strefie A oraz maksymalnie dwóch szyldów w strefie B, C, D i E. Taka liczba dopuszczalnych szyldów jest zdecydowanie za mała. Być może jest to wystarczająca ilość nośników dla lokalu w kamienicy lub budynku</p>

		<p>mieszkalnym, natomiast zupełnie niewystarczająca dla obiektów handlowych o powierzchni ponad 500 m² – gdyż są to obiekty duże, często przylegające do kilku ulic i ciągów pieszych.</p> <p>Nie jest zrozumiałe, dlaczego obiekty o powierzchni 500 m² i więcej zostały potraktowane w sposób taki jak małe lokale typu fryzjer czy warzywniak. W przypadku sklepów wielkopowierzchniowych uchwała nie powinna regulować maksymalnej liczby szyldów, mogłaby za to uzależnić łączną powierzchnię szyldów proporcjonalnie do powierzchni nieruchomości.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Zapisy projektu uchwały w sposób jasny i precyzyjny określają liczbę szyldów dla poszczególnych stref. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem i przesytem reklam, które zawładnęły przestrzenią publiczną. Zatem ujęta w dokumencie ilość i wielkość szyldów jest wartością optymalną dla zagwarantowania ładu przestrzennego, zgodnie z oczekiwaniami społecznymi, potwierdzonymi wcześniejszymi konsultacjami.</p>
	22.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §7 ust. 1 pkt 1 lit. d</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć przepis zakazujący sytuowania szyldów powyżej poziomu parteru elewacji. W przypadku nieruchomości, na których nie ma możliwości usytuowania szyldu na elewacji, praktyka pokazuje iż przedsiębiorcy umieszczają szyldy na metalowych konstrukcjach usytuowanych na dachach budynku. Konieczność demontażu takowych konstrukcji wiąże się z ogromnymi kosztami. Ponadto, w przypadku nieruchomości, których konstrukcja uniemożliwia usytuowanie szyldu na elewacji budynku, przedsiębiorcy zostaną całkowicie pozbawieni możliwości oznaczenia miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, co znacząco naruszy zasadę wolności działalności gospodarczej. Uchwała może przewidywać szczegółowe rozwiązania dotyczące materiałów, z których takowa konstrukcja, na której umieszczony jest szyld, może być wykonana lub ograniczyć wymiary takowych szyldów, ale nie powinna ich całkowicie zakazywać.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p>

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Zapisy projektu uchwały w sposób jasny i precyzyjny określają dopuszczalną lokalizację szyldów. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem i przesytem reklam, które zawładnęły przestrzenią publiczną. Zatem ujęty w dokumencie zakaz sytuowania szyldów powyżej poziomu parteru elewacji wpisuje się w ochronę walorów widokowych stąd brak jest podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.

23.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:

§7 ust. 1 pkt 1 lit. f

Treść uwagi:

Należy zmodyfikować przepis regulujący dopuszczalne wymiary powierzchni szyldów. Proponowane wymiary są zdecydowanie za małe. Jak wyżej wspomniano, brak jest jakiegokolwiek rozróżnienia dla sklepów wielkopowierzchniowych, a małych sklepików w kamienicach. Na obiekcie o powierzchni 500m² szyld o wymiarach 1 m² lub 2 m² będzie całkowicie niewidoczny w przestrzeni publicznej. Stosowne jest wprowadzenie ograniczeń procentowych, wedle których powierzchnia szyldu nie może być większa niż 25% powierzchni elewacji. Takie ograniczenie wydaje się być najbardziej sprawiedliwe, gdyż różnicuje dopuszczalne wymiary szyldu proporcjonalnie do powierzchni obiektu, na którym został umieszczony.

Celem szyldów jest możliwość oznaczenia miejsca prowadzenia działalności gospodarczej. Takie ograniczenia uniemożliwiają należytą identyfikację budynku, co skutkuje ograniczeniem prowadzenia działalności gospodarczej na terenie miasta Krosno.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Niewzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Zapisy projektu uchwały w sposób jasny i precyzyjny określają wymiary szyldów dla poszczególnych stref. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem i przesytem reklam, które zawładnęły przestrzenią publiczną. Zatem ujęta w dokumencie ilość i wielkość szyldów jest wartością optymalną dla zagwarantowania ład przestrzennego. Nie można zgodzić się ze stwierdzeniem wnioskodawcy uwagi, iż celem zapisów jest uniemożliwienie identyfikacji prowadzonej działalności gospodarczej. Ujednolicenie wielkości i liczby szyldów stanowi jedno z głównych założeń projektu uchwały ze względu na potrzebę ochrony

		ładu przestrzennego i ograniczenia nadmiaru reklam.
24.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §7 ust. 1 pkt 2 lit. a</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć przepis ograniczający możliwość sytuowania szyldów wyłącznie na elewacji, na której znajduje się główne zewnętrzne wejście do budynku, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza. Projekt uchwały dopuszcza możliwość sytuowania więcej niż jednego szyldu, dlatego bezcelowym wydaje się ograniczenie możliwości sytuowania szyldów wyłącznie na jednej elewacji. W szczególności wskazać należy, iż celem szyldów jest oznaczenie miejsca prowadzenia działalności gospodarczej. W przypadku sklepów wielkopowierzchniowych przylegających do więcej niż jednej ulicy i ciągów pieszych przedsiębiorcy powinni mieć możliwość oznaczenia działalności również na elewacji, na której nie znajduje się wejście główne, ale która przylega do ciągu komunikacyjnego. Wskazać należy również, iż nakazanie przedsiębiorcom sytuowania np. dwóch szyldów na jednej elewacji nie wpłynie pozytywnie na estetykę przestrzeni publicznej, wręcz przeciwnie. Przede wszystkim, takowe regulacje stanowczo ograniczą możliwość prowadzenia działalności gospodarczej poprzez znaczne ograniczenie jej dostatecznego oznaczenia.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Idea ustawy polega na uporządkowaniu i ograniczeniu reklam w celu zachowania ładu przestrzennego. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem i przesytem reklam, które zawładnęły przestrzenią publiczną. Ujęta w dokumencie ilość szyldów na elewacji, na której znajduje się główne zewnętrzne wejście do budynku jest wartością optymalną dla zagwarantowania ładu przestrzennego.</p>	
25.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §7 ust. 1 pkt 2 lit e</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć przepis nakazujący uzgodnienie zachowania logo, kolorystyki i innych elementów identyfikacji wizualnej firmy i uzyskanie akceptacji Miejskiego Konserwatora Zabytków. Takowy przepis przekracza delegację ustawową do wydania aktu prawa miejscowego. Kompetencje oraz sposób działania Miejskiego</p>	

Konserwatora Zabytków określa Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Rada Gminy nie może w drodze uchwały uzależniać możliwości umieszczania tablic reklamowych od uzgodnień z Miejskim Konserwatorem Zabytków, w szczególności, iż w uchwale nie wskazano w jaki sposób takowe uzgodnienia miałyby się odbywać oraz w jakiej formie urządzenia reklamowe miałyby być akceptowane. Treść uchwały musi być zgodna z delegacją ustawową, a w przypadku niniejszego przepisu delegacja została przekroczona.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Przywołany zapis dotyczy wyłącznie strefy A w której Jeronimo Martins nie ma swoich obiektów. Proces uzgodnienia i uzyskania akceptacji Miejskiego Konserwatora Zabytków zachowania logo, kolorystyki i innych elementów identyfikacji w przypadku reklamy korporacyjnej (banki, firmy i sklepy sieciowe) nie stanowi przekroczenie delegacji ustawowej do wydania aktu prawa miejscowego. Brak podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.

26.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:

§9 ust. 1 pkt 1 lit a

Treść uwagi:

Należy zmodyfikować przepis zakazujący sytuowania tablic reklamowych w strefach A i B. Dopuszczalne jest sytuowanie elementów wymienionych jako dopuszczone, jednakże projekt nie przewiduje szczególnych regulacji dla urządzeń reklamowych jakimi są gabloty ekspozycyjne. Praktyka pokazuje, iż przedsiębiorcy prowadzący przede wszystkim sklepy wielkopowierzchniowe umieszczają na nieruchomości przed wejściem do budynku gabloty ekspozycyjne zawierające aktualną ofertę sklepu, bądź też na elewacji budynku, bądź też w formie wolnostojącej. W obecnym brzmieniu uchwały, w strefie A i B nie jest możliwe sytuowanie wolnostojących gablot ekspozycyjnych. Zakazanie sytuowania tablic znacząco ograniczy możliwość prowadzenia działalności gospodarczej, a takowy zakaz negatywnie oddziaływał będzie przede wszystkim na mieszkańców miasta, którzy nie będą mieli możliwości poznania oferty sklepu przed podjęciem decyzji o skorzystaniu z usług danego przedsiębiorstwa.

		<p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. W strefach A i B, które podlegają największej ochronie krajobrazu kulturowego zapisy uchwały zakazują sytuowania tablic reklamowych, w tym także gablot ekspozycyjnych. Strefa A i B są obszarem największej koncentracji obiektów zabytkowych i stref wolnego czasu dla mieszkańców i turystów. Intencją uchwały jest walka z nadmiarem tablic reklamowych w przestrzeni publicznej, zatem ujęty w dokumencie zakaz dla analizowanych stref jest gwarancją ładu przestrzennego.</p>
	27.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §9 ust. 1 pkt 1 lit c i d</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć przepis ograniczający możliwość sytuowania urządzeń wolnostojących w odległości 30 m od wymienionych w niniejszym przepisie skrzyżowań. Urządzeniem wolnostojącym są m.in. totemy, których celem jest przede wszystkim oznaczenie miejsca prowadzenia działalności na danej nieruchomości. Praktyka pokazuje, iż totemy sytuowane są przy wjeździe na daną nieruchomość, co ma służyć przede wszystkim zwiększeniu bezpieczeństwa w komunikacji, poprzez dostateczne oznaczenie miejsca, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza. Totemy stosowane są wyłącznie przez sklepy wielkopowierzchniowe i stanowią konstrukcję, która w żaden sposób nie wpływa negatywnie na estetykę w przestrzeni publicznej. Wyłączenie możliwości stosowania totემów w obrębie 15 m/ 30 m od skrzyżowań, w sytuacji, gdy właśnie w takim miejscu są one najbardziej potrzebne, gdyż zwiększają widoczność określonej nieruchomości, nie tylko stanowczo ograniczy możliwość prowadzenia działalności gospodarczej poprzez uniemożliwienie jest dostatecznego oznaczenia, ale również negatywnie wpłynie na bezpieczeństwo, poprzez uniemożliwienie osobie prowadzącej pojazd właściwą identyfikację miejsca wjazdu na daną nieruchomość.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Dla zagwarantowania maksymalnego bezpieczeństwa oraz na rzecz czytelności znaków drogowych w projekcie uchwały przyjęto zasadę oddalenia nośników reklamowych od skrzyżowań.</p>

28.

Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga:
§9 ust. 1 pkt 1 lit. i

Treść uwagi:

Należy usunąć przepis zakazujący sytuowania billboardów w strefach A, B oraz E. Billboardy są podstawowymi urządzeniami reklamowymi umożliwiającymi zapoznanie się z bieżącą ofertą przedsiębiorcy, który na danej nieruchomości prowadzi działalność gospodarczą. Uchwała w sposób wyczerpujący reguluje możliwe rozwiązania techniczne, które gwarantują, iż umieszczane urządzenia reklamowe mają spełniać odpowiednie wymogi estetyczne. Billboardy sytuowane bezpośrednio na nieruchomości, na której prowadzona jest działalność gospodarcza nie wpływają negatywnie na estetykę przestrzeni publicznej. Są jednak niezbędne, aby potencjalni klienci mieli możliwość zapoznania się z przedmiotem działalności przedsiębiorcy przed dokonaniem wyboru o skorzystaniu z usług danego przedsiębiorcy. Całkowite zakazanie sytuowania billboardów znacząco ograniczy możliwość prowadzenia działalności gospodarczej, a takowy zakaz negatywnie oddziaływał będzie przede wszystkim na mieszkańców miasta, którzy nie będą mieli możliwości poznania oferty sklepu przed podjęciem decyzji o skorzystaniu z usług danego przedsiębiorstwa.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Nieuwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Planowany zakaz sytuowania billboardów w strefach A, B oraz E ma na celu ograniczenie reklam wielkoformatowych ze stref o szczególnym charakterze krajobrazu miejskiego tj. obszaru Parku Kulturowego, obszaru historycznego Śródmieścia oraz dróg wlotowych i wylotowych Krosna. Strefy te powinny być wolne od bardzo intensywnie ingerujących w przestrzeń i krajobraz miejski urządzeń reklamowych. Planowany zakaz billboardów jest zgodny z oczekiwaniami społecznymi przeprowadzonymi w ramach konsultacji społecznych i ma na celu wyeliminowanie z przestrzeni miejskiej największych reklam jako obiektów stanowiących istotny, a czasami wręcz dominujący element krajobrazu oraz ochronę ładu przestrzennego i walorów krajobrazowych przestrzeni miasta. Niezasadne jest stwierdzenie iż w Krośnie będzie obowiązywał całkowity zakaz sytuowania billboardów, gdyż dozwolone one będą w strefach C i D, które to stanowią zdecydowaną większość obszaru Gminy Krosno. Zatem ze względu na ochronę walorów widokowych oraz bezzasadność uwagi brak jest podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.

	29.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §9 ust. 1 pkt 2 lit. f</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć w/w przepis. Jak wskazano powyżej, uzależnienie możliwości sytuowania tablic i urządzeń w otoczeniu obiektów zabytkowych od uzgodnień i uzyskania akceptacji Miejskiego Konserwatora Zabytków wykracza poza delegację ustawową dla stanowienia aktów prawa miejscowego. Uchwała nie precyzuje w jaki sposób rozumie się „otoczenie obiektów zabytkowych”, nie wskazuje procedury uzgodnień i uzyskania akceptacji Miejskiego Konserwatora Zabytków. Kompetencje Miejskiego Konserwatora Budynków wynikają z regulacji ustawowych i jedynie w tym zakresie Miejski Konserwator Zabytków posiada kompetencje do ingerencji w strefę wolności prowadzenia działalności gospodarczej. Przede wszystkim, wskazać należy, że sytuowanie wolnostojących urządzeń reklamowych takich jak totemy wymaga uzyskania pozwolenia na budowę. Uchwała nie może zakazywać sytuowania urządzeń reklamowych, dla których zostały wydane ważne i wiążące akty administracyjne.</p> <p>Rozpatrzenie Prezydenta: Nieuwzględnienie</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga niezasadna. Definicja „otoczenia zabytku” znajduje się w akcie prawnym wyższego rzędu tj. ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Art. 3). Proces uzgodnienia i uzyskania akceptacji Miejskiego Konserwatora Zabytków sytuowania tablic i urządzeń w otoczeniu obiektów zabytkowych nie stanowi przekroczenie delegacji ustawowej do wydania aktu prawa miejscowego. Brak podstaw do wprowadzenia postulowanej zmiany.</p>
	30.	<p>Wskazanie zapisu jakiego dotyczy uwaga: §9 ust. 2 pkt 1 lit. d i e</p> <p>Treść uwagi: Należy usunąć §9 ust. 2 pkt 1 lit. d oraz zmodyfikować §9 ust. 2 pkt 1 lit. e. Przede wszystkim wskazać należy, iż praktyka pokazuje, iż często wyklejanie witryn nie służy wyłącznie realizacji funkcji reklamowej. W wielkopowierzchniowych sklepach zaklejanie witryn ma na celu zasłonięcie pomieszczeń socjalnych oraz magazynowych, aby nie były one widoczne z przestrzeni publicznej. Podstawowym założeniem przy projektowaniu i utrzymywaniu sklepów jest zapewnienie jak największego</p>

dostępu naturalnego światła oraz prezentacja wnętrza sklepu dla klientów z zewnątrz. Istnieją jednak przypadki, w których witrynę sklepowe muszą zostać zasłonięte, tj.:

- ekspozycja na słońce południowej witryny, przy której znajdują się urządzenia kasowe - intensywne światło słoneczne zakłóca pracę skanerów i jest uciążliwe dla pracowników,
- ekspozycja na słońce południowej witryny, przy której znajdują się regały i urządzenia chłodnicze - a co za tym idzie - ograniczenie zużycia energii elektrycznej.

Uchwała może ograniczać wyklejanie witryn w ten sposób, aby dopuszczalne było wyklejanie tylko 50% wszystkich witryn. Ograniczenie wyklejania wyłącznie 50% witryny nie spełni funkcji o której mowa powyżej, a nadto, nie spełni również podstawowej funkcji uchwały jaką jest zwiększenie estetyki w przestrzeni publicznej, bowiem znacznie bardziej estetycznie w przestrzeni publicznej wygląda wyklejanie części witryn w całości i pozostawienie pozostałych witryn w pełni odsłoniętych, niżeli wyklejanie wszystkich witryn w 50%.

Rozpatrzenie Prezydenta:

Niewwzględnienie

Uzasadnienie:

Uwaga niezasadna.

Litera d dotyczy strefy A w której Jeronimo Martins nie ma swoich obiektów.

Zakaz w Strefach B, C, D, E przesłaniania, wyklejania i zaklejania powierzchni witryn, okien wystawowych oraz drzwi wejściowych ww. tablicami i urządzeniami zarówno od zewnętrznej jak i wewnętrznej strony przeszklenia, przekraczających 50 % powierzchni witryny jest rozwiązaniem optymalnym dla zagwarantowania ładu przestrzennego. Zapisy projektu uchwały nie zakazują innej formy przesłaniania, wyklejania i zaklejania powierzchni witryn, okien wystawowych oraz drzwi wejściowych umieszczonych nie bezpośrednio na witrynie, oknie czy drzwiach.

UZASADNIENIE

Zgodnie z art. 37b ust. 6 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Rada Gminy uchwalając uchwałę, o której mowa w art. 37a ust. 1, rozstrzyga jednocześnie o sposobie rozpatrzenia uwag niewwzględnionych przez wójta (burmistrza, prezydenta miasta). Załącznik nr 3 do uchwały zawiera 30 uwag niewwzględnionych i częściowo niewwzględnionych, które podlegają rozstrzygnięciu przez Radę Miasta Krosna.