

UCHWAŁA Nr
Rady Miejskiej w Chrzanowie
z dnia 2022 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 559; zm.: Dz. U. z 2022 r. poz. 583), art. 37a ust. 1, 2, 4, 6, 7, 9 i 10 oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503), w związku z uchwałą Nr XXXII/321/2021 Rady Miejskiej w Chrzanowie z dnia 25 maja 2021 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane, na wniosek Burmistrza Miasta Chrzanowa, Rada Miejska w Chrzanowie uchwala, co następuje:

Rozdział I

Przepisy wprowadzające.

- §1.** Rada Miejska w Chrzanowie ustala zasady i warunki sytuowania na terenie Gminy Chrzanów obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.
- §2.** Ustala się podział Gminy Chrzanów na obszary podlegające różnym regulacjom:

1) **obszar centrum** – ograniczony od północy: północną granicą pasa drogowego ulicy Księdza Jakuba Kamińskiego, z wyłączeniem skrzyżowania z ulicą Elii Marchettiego (to jest działki geodezyjnej o numerze: 4273/15); następnie od wschodu: wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Księdza Jakuba Kamińskiego na odcinku do Ronda Ofiar Faszyzmu, wschodnią granicą torów kolejowych, na odcinku od ulicy Władysława Sikorskiego (na wysokości północnej granicy działki geodezyjnej o numerze: 1129/44) do ulicy Siennej (to jest działek geodezyjnych o numerach: 3998/198, 3998/88); od południa: południową granicą pasa drogowego ulicy Siennej na odcinku od wschodniej granicy torów kolejowych (na wysokości południowej granicy działki geodezyjnej o numerze: 3546/312) do ulicy Grzybowskiego, zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Grzybowskiego na odcinku od ulicy Siennej do ulicy Focha, południową granicą pasa drogowego ulicy Focha na odcinku od ulicy Grzybowskiego do ulicy Oświęcimskiej; od zachodu: zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Oświęcimskiej na odcinku od ulicy Focha (na wysokości południowej granicy działki geodezyjnej o numerze: 3546/303) do Ronda 4 czerwca 1989 r., wschodnią częścią działki geodezyjnej o numerze 6003 ograniczonej do wysokości wschodniej granicy działki geodezyjnej o numerze: 1893/36, zachodnią częścią pasa drogowego ulicy Księdza Jana Skorupki na odcinku od Ronda 4 czerwca 1989 r. do ulicy Balińskiej, północną częścią działki geodezyjnej o numerze: 4271/1, wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Balińskiej na odcinku od ulicy Księdza Jana Skorupki do ulicy Zielonej co zamyka granicę obszaru.

2) **pozostały obszar Gminy Chrzanów** – od granic obszaru centrum do granic administracyjnych Gminy Chrzanów.

§3. 1. Wprowadza się definicje i określa metodykę ustalania gabarytów i odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

2. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale III, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.

3. Dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale IV**, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości oraz wprowadza się ograniczenia w liczbie szyldów danego rodzaju.
4. **Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale V**, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.
5. **Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale VI**, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.

Rozdział II

Definicje i metodyka ustalania gabarytów i liczby szyldów.

§4. Ilekcroc w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

- 1) **banerze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spójnej lub w formie siatki, sytuowaną na istniejących elementach zagospodarowania;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o powierzchni powyżej 5,8 m², umożliwiającą umieszczanie treści reklamy przeznaczonej do czasowej ekspozycji, najczęściej w formie plakatu, w układzie poziomym;
- 3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Rejestru Zabytków);
- 4) **fladze reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału;
- 5) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:

- a) krawędzią dolną jest styk ściany z nawierzchnią, na której jest sytuowana; zaś w przypadku zastosowania podcieni w poziomie parteru elewacji krawędź najbliższa poziomowi terenu, położonego bezpośrednio poniżej,
 - b) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - c) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, wieńczącej ją attyki lub linia styku ściany z okapem połaci dachowej,
 - d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;
- 6) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole:
- a) mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła,
 - b) w układzie rewersowym, t. j. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie,
 - c) w układzie wklęsłym, t.j. wytrawionym w metalu, wypalonym bądź wyrzeźbionym w drewnie, wyrzeźbionym w kamieniu naturalnym lub wrytym w tynku;
- 7) **formie dwustronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 8) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 9) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 10) **formacie małym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza $0,7 \text{ m}^2$, zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 1,7 m;

- 11) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż $0,7\text{ m}^2$, ale nie przekracza 3 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie $3,9\text{ m}$;
- 12) **formacie standardowym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 3 m^2 i mniejsza niż 6 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie $5,4\text{ m}$;
- 13) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest równa lub większa niż 6 m^2 , ale nie przekracza 18 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 10 m ;
- 14) **formacie dominującym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 18 m^2 ;
- 15) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć drewnianą lub metalową szafkę z przezroczystym frontem oraz nieprzezroczystym tyłem, służącą do prezentacji umieszczonych w jej wnętrzu elementów, w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowaną w poziomie parteru elewacji;
- 16) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 17) **kasetonie** – należy przez to rozumieć formę ażurową posiadającą tło lub urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki w kształcie prostopadłościanu z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła;
- 18) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;
- 19) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególnie przypadek formy ażurowej, świecący wewnętrznym światłem w szczególności w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;

- 20) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektoniczne elementy wystroju elewacji – linie proste, biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji, osie symetrii tych otworów oraz na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub detali architektonicznych, takich jak gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;
- 21) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektoniczne elementy wystroju elewacji, takie jak: krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend; jego szerokością określa się odległość od jego zewnętrznej krawędzi do zewnętrznej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 22) **pasie szyldowym** – należy przez to rozumieć powierzchnię na elewacji w poziomie parteru, mieszczącą się ponad górną krawędzią witryn lub otworu drzwiowego, prowadzącego do budynku lub lokalu;
- 23) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 24) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej – lub gdy wyżej wymienione elementy nie występują – do górnej krawędzi elewacji;
- 25) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej;
- 26) **pylonie** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;

- 27) **reklamie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.);
- 28) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tworzywa sztucznego lub papieru mocowaną do elementów zagospodarowania przestrzennego, w szczególności szyb, za pomocą kleju;
- 29) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczane tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub umieszczane tymczasowo na maksymalnie 60 dni w okresie od lipca do sierpnia) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą, formy płaskiej bądź przestrzennej;
- 30) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;
- 31) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 32) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku;
- 33) **stłupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;
- 34) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:5;
- 35) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej - obowiązek trwałego związania z gruntem, a w przypadku występowania fundamentu obowiązek jego umieszczenia pod powierzchnią terenu lub z zachowaniem wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;
- 36) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:

- a) zachowanie stałości obrazu,
- b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
- c) stosowanie ekranu w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający lub ekrane z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający,
- d) stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w nocy – 400 cd/m²;

37) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, o gabarytach umożliwiającym ręczne przenoszenie, wystawiane okresowo przed lokal, którego ofertę przedstawia, w szczególności sztaluga z menu, dwustronny koziółek lub tablica kredowa;

38) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów, według następujących zasad:

- a) w przypadku sytuowania na budynku lub ogrodzeniu:
 - zachowania wspólnej pionowej osi kompozycyjnej, przez co należy rozumieć zachowanie jednakowej wysokości tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz ich sytuowanie na jednej wysokości a w przypadku spadku terenu na tym samym poziomie, w odniesieniu do jednej z osi kompozycyjnych elewacji,
 - zachowania wspólnej poziomej osi kompozycyjnej, przez co należy rozumieć zachowanie jednakowej szerokości oraz sytuowane w wyrównaniu do jednej osi pionowej, wynikającej z układu osi kompozycyjnych elewacji,

- zachowania układu szachownicowego, co należy rozumieć przez zachowanie jednakowych gabarytów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz jednakowych odległości między nimi, razem tworzących układ szachownicowy o minimum trzech wierszach lub minimum trzech kolumnach,
 - b) w przypadku sytuowania szyldów różnych podmiotów w formie wolnostojącej: umieszczania ich na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych – w ramach dopuszczalnej liczby szyldów danego rodzaju – pylonu lub totemu;
- 39) **szyldzie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.);
- 40) **tablicy reklamowej** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.);
- 41) **tabliczce kierunkowej** – należy przez to rozumieć ujednoliconą, niewielką tablicę reklamową, umieszczoną na słupku, wskazującą kierunek dotarcia do reklamowanej działalności;
- 42) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;
- 43) **totemie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej, trwale związane z gruntem, o smukłej proporcji oraz o powierzchni ekspozycyjnej w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie, w tym o wielu powierzchniach ekspozycyjnych, skierowanych w różnych kierunkach, sytuowanych na tej samej wysokości i posiadających jednakową wysokość;
- 44) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;

- 45) **urządzeniu reklamowym** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.);
- 46) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno lub okna, w tym szczególnie okna wystawowe, a także drzwi lokalu użytkowego służące szczególnie ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, łącznie z przestrzenią otworu okiennego lub drzwiowego ograniczoną grubością ściany i krawędziami tego otworu;
- 47) **standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
- a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji,
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych,
 - d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybruszeń, dziur i zagięć.

§5. 1. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Krajobrazowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Krajobrazowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;

- 4) wysokość sytuowania i wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone.
- 6) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
 - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
 - dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
 - b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
- 7) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy dwustronnej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

2. Powierzchnię ekspozycyjną traktuje się jako jeden szyld w przypadku:

- 1) zastosowania formy ażurowej szyldu – wszystkie elementy takiego szyldu;
- 2) umiejscowienia szyldu w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej;
- 3) szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania;

3. W przypadku realizacji obowiązku stosowania sytuowania zbiorczego dla szyldów w formie wolnostojącej:

- 1) dla pylonów: każda z działalności sytuuje maksymalnie 4 szyldy, zgodnie z §19 ust. 2 na pylonach w maksymalnej liczbie określonej w §25;

2) dla totemów: wszystkie działalności sytuują swoje szyldy w ramach jednego dopuszczonego totemu zgodnie z §32, zaś pozostałe maksymalnie 3 szyldy, dopuszczone zgodnie z §19 ust. 2, sytuują w ramach innych szyldów wolnostojących.

4. Dla szyldów sytuowanych według zasady sytuowania zbiorczego w ramach pylonu lub totemu obowiązują powierzchnie ekspozycyjne, określone odpowiednio w §25 i §32, dla wszystkich szyldów łącznie.

Rozdział III

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§6. 1. W granicach obszaru centrum dopuszcza się, z zachowaniem postanowień §7, §10, §11, §14, §16 i §18 wyłącznie:

- 1) banery, będące reklamą okolicznościową lub sytuowane na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem;
- 2) gabloty ekspozycyjne;
- 3) murale reklamowe;
- 4) słupy ogłoszeniowo-reklamowe;
- 5) tablice reklamowe niezaliczane do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, zgodnie z §16;
- 6) reklamę okolicznościową.

2. W gracach pozostałego obszaru Gminy Chrzanów dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, zgodnie z postanowieniami od §7 do §18.

§7. 1. Postanowienia dla banerów, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się sytuowanie, z zastrzeżeniem lit. b)

- na elewacjach, posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne, z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
 - na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,
- b) na elementach krajobrazu kulturowego dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,
- c) gabaryty:
- ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest sytuowany,
 - w przypadku sytuowania na ogrodzeniu budowy lub rusztowaniach dopuszcza się powierzchnię ekspozycyjną do 100% powierzchni ogrodzenia lub siatki zabezpieczającej rusztowanie;
- 2) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 3) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.

2. Postanowienia dla banerów, nie będących szyldami, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:

- 1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
- a) na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na drzewach;
- 2) gabaryty: format średni lub format standardowy;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.

§8. Postanowienia dla billboardów, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
- a) forma wolnostojąca,
 - b) zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,

- c) minimalne odległości od innych billboardów na tej samej lub różnych nieruchomościach: 50 m,
 - d) maksymalna odległość od budynku: 60 m (nie dotyczy billboardów sytuowanych przy drodze będącej Autostradą, co rozumie się jako sytuowanie maksymalnie 60 m od krawędzi jedni drogi będącej Autostradą);
- 2) gabaryty:
- a) format duży lub format dominujący, z tym zastrzeżeniem, że format dominujący dopuszcza się wyłącznie w odległości nie większej niż 60 m od krawędzi drogi będącej Autostradą lub dla reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej o wyświetlanej powierzchni ekspozycyjnej, zgodnie z pkt 3 lit. e tiret drugie niniejszego paragrafu,
 - b) określa się dopuszczalne wymiary powierzchni ekspozycyjnej dla formatu dużego (szerokość i wysokość powierzchni ekspozycyjnej):
 - 3x2 m,
 - 3,54x2,47 m,
 - 5,04x2,38 m,
 - 6x3 m;
- 3) standardy jakościowe:
- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) obowiązuje standard posadowienia,
 - c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
 - d) dopuszcza się formę dwustronną,
 - e) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej:
 - przewijaną,
 - wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania, wyłącznie w granicach działek geodezyjnych o powierzchni minimalnie 6000 m² i maksymalnie 8000 m² nie będących drogami publicznymi;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
- a) konstrukcja: metal i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

§9. Postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem:

- 1) zasady i warunki sytuowania:

- a) forma wolnostojąca,
 - b) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza,
 - c) zachowanie smukłej proporcji;
- 2) gabaryty: format średni lub format standardowy;
 - 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
 - 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne.

§10. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
 - b) odległości między gablotami ekspozycyjnymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach: minimalnie 30 m, nie dotyczy formy zintegrowanej z wiatą przystankową;
- 2) gabaryty: format standardowy, z tym zastrzeżeniem, że określa się ściśle wymiary powierzchni ekspozycyjnej: szerokość 1,2 m i wysokość 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną,
 - c) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej: przewijaną i wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

§11. Postanowienia dla murali reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakazuje się sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na elewacjach nieposiadających otworów okiennych,
 - c) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,
- 2) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest naniesiony;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje standard jakościowy;

4) rodzaje materiałów budowlanych: farba.

§12. Postanowienia dla przyczep reklamowych, nie będących szyldami:

1) zasady i warunki sytuowania:

a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;

b) zakaz sytuowania:

- na miejscach parkingowych,

- w pasach drogowych,

- na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;

2) gabaryty: format duży;

3) standardy jakościowe:

a) wysoki standard jakościowy,

b) dopuszcza się formę dwustronną;

4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal, guma.

§13. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, nie będącej szyldem:

1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;

2) gabaryty: maksymalnie 6 m szerokości na 6 m grubości na 6 m wysokości;

3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;

4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.

§14. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, nie będących szyldami:

1) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach, wynoszącej 30 m;

2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;

3) standardy jakościowe:

a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,

b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu wyświetlania;

4) rodzaje materiałów budowlanych:

a) konstrukcja: metal, szkło i beton,

- b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne dla reklamy wyświetlanej.

§15. Postanowienia dla stojaków reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakaz sytuowania na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
 - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 2 m od granicy nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność;
- 2) gabaryty: format mały;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal lub drewno,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: farba lub kreda.

§16. Postanowienia dla tablic reklamowych niezaliczanych do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, niebędących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) sytuowanie na budynku na ścianach posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne,
 - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - c) w zakresie tablic sytuowanych na jednej ścianie – zachowanie jednakowych gabarytów dla wszystkich tablic reklamowych oraz umieszczenie ich w jednym rzędzie lub w jednym wierszu,
 - d) zakazuje się sytuowania w świetle otworów okiennych i na istotnych detalach architektonicznych;
- 2) gabaryty:

- a) format mały, średni lub standardowy;
- b) łącznie gabaryty powierzchni ekspozycyjnych sytuowanych na jednej ścianie nie mogą przekroczyć 6 m²;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: metal lub tworzywo sztuczne.

§17. Postanowienia dla tabliczek kierunkowych, niebędących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca;
 - b) zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty: format mały;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) obowiązuje standard posadowienia,
 - c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
 - d) dopuszcza się formę dwustronną,
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal i drewno,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: metal lub malowane drewno.

§18. W zakresie reklamy okolicznościowej, w tym reklamy wyborczej, dopuszcza się ją również na zasadach i warunkach, wskazanych w §7 - §17.

Rozdział IV

Zasady i warunki sytuowania szyldów,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§19. 1. W granicach obszaru centrum dopuszcza się, z zachowaniem postanowień §22, §23, §24, §25, §26, §27, §28, §30, §32, wyłącznie:

- 1) formy ażurowe;
- 2) gabloty ekspozycyjne;

- 3) kasetony;
- 4) pylonów;
- 5) reklamę naklejaną;
- 6) semaforów;
- 7) słupy ogłoszeniowo-reklamowe;
- 8) tabliczki na dystansach;
- 9) tablice reklamowe niezaliczane do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, zgodnie z §32.

2. W granicach pozostałego obszaru Gminy Chrzanów dopuszcza się szyldy, zgodnie z postanowieniami od §20 do §32.

3. Określa się maksymalną łączną liczbę szyldów dla każdej z działalności prowadzonej na danej nieruchomości do:

- 1) w obszarze centrum - 3 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 1 wolnostojący i 1 na ogrodzeniu;
- 2) w pozostałym obszarze Gminy Chrzanów 4 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 4 wolnostojące i 2 na ogrodzeniu, z zastrzeżeniem pkt 2.

§20. Postanowienia dla billboardów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) wyłącznie na budynku, z wyłączeniem elementów krajobrazu kulturowego,
 - b) z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
 - c) sytuowanie zbiorcze;
- 3) gabaryty: format średni, format standardowy lub format duży.

§21. Postanowienia dla flag reklamowych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca,
 - b) warunek trwałego związania z gruntem,
 - c) poza elementami krajobrazu kulturowego,

- d) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - e) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format średni lub format standardowy.

§22. Postanowienia dla form ażurowych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
 - b) w pasie szyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
 - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie jeden,
 - d) na dachu: maksymalnie jeden,
 - e) w formie wolnostojącej: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
 - b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa szyldowego,
 - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
 - obowiązuje sytuowanie prostopadłe do elewacji,
 - obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) na dachu:
 - obowiązuje sytuowanie zbiorcze,
 - w przypadku sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego jedynie jako neon,
 - e) w formie wolnostojącej:
 - warunkiem sytuowania jest brak widocznego fundamentu,
 - obowiązuje zachowanie odległości minimum 10 m od innych szyldów w formie wolnostojącej;
- 3) gabaryty:
 - a) obowiązuje format mały, format średni lub format standardowy, z zastrzeżeniem lit. b,
 - b) dla formy wolnostojącej dopuszcza się format duży,
 - c) w przypadku sytuowania powyżej pasa szyldowego na elewacji: szerokość maksymalnie 1,5 m.

§23. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) dla formy wolnostojącej: maksymalnie cztery,
 - b) w przypadku sytuowania na budynku: maksymalnie dwa na każdej elewacji,
 - c) w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia: maksymalnie jeden na przęsło oraz dwa zintegrowane z bramą;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
 - a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania na budynku:
 - a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - b) poniżej pasa szyldowego,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) sytuowanie zbiorcze;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
 - a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło;
 - b) wykonane jako element stały, wkomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty dla formy wolnostojącej: format mały lub format średni;
- 6) gabaryty w przypadku sytuowania na budynku: format średni;
- 7) gabaryty w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
 - a) wkomponowany w przęsło: format mały,
 - b) zintegrowany z bramą: format mały lub format średni.

§24. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice,
 - b) powyżej pasa szyldowego: w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - c) poniżej pasa szyldowego:

- z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1 m,
 - obowiązuje sytuowanie zbiorcze,
 - poza witrynami i oknami,
- d) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty:
- a) obowiązuje format mały, format średni lub format standardowy,
 - b) dopuszcza się format duży wyłącznie w przypadku sytuowania zbiorczego.

§25. Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów i gabaryty dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, łącznie:
- a) formatu małego – maksymalnie trzy,
 - b) formatu średniego lub standardowego – maksymalnie dwa,
 - c) formatu dużego lub dominującego – maksymalnie jeden, wyłącznie poza obszarem centrum;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) sytuowanie zbiorcze,
 - d) dopuszcza się formę dwustronną.

§26. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
- a) maksymalnie jeden na otwór okienny lub drzwiowy,
 - b) maksymalnie 2 na urządzenie automatyczne;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) w witrynie,
 - b) na urządzeniach automatycznych;
- 3) gabaryty:
- a) w witrynach
 - w przypadku formy ażurowej format mały lub format średni,
 - w pozostałych przypadkach format mały,

b) na urządzeniach automatycznych: format mały lub format średni.

§27. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym lub poniżej;
 - b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,
 - c) forma dwustronna;
- 3) gabaryty: format mały.

§28. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, będących szyldami;

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi, wynoszącej 3 m;
- 3) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m.

§29. Postanowienia dla stojaków reklamowych, będących szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format mały.

§30. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,
 - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,

- c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld,
 - d) obowiązuje sytuowanie zbiorcze w obrębie jednej elewacji;
- 3) gabaryty: format mały.

§31. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) sytuowanie zbiorcze,
 - b) zachowanie smukłej proporcji,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną;
- 3) gabaryty: format standardowy, format duży lub format dominujący.

§32. Postanowienia dla tablic reklamowych niezaliczanych do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, będących szyldami:

- 1) dopuszcza się sytuowanie na budynku, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:
 - a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji i nie więcej niż 2 na budynek,
 - b) sytuowanie zbiorcze,
 - c) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,
 - d) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - e) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;
- 2) dopuszcza się sytuowanie w formie wolnostojącej, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:
 - a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden,
 - b) sytuowanie zbiorcze,

- c) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty:
 - a) w obszarze centrum – format mały lub format średni,
 - b) w pozostałym obszarze Gminy Chrzanów – format mały, format średni lub format standardowy.

Rozdział V

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§33. Zakazuje się:

- 1) stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:
 - a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 20%,
 - b) poniższych materiałów
 - prefabrykatów betonowych, z wyłączeniem cokołu,
 - blach trapezowych i falistych,
 - tworzyw sztucznych;
- 2) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego poniższych materiałów:
 - a) siatek ogrodzeniowych,
 - b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy.

§34. Dopuszcza się sytuowanie zewnętrznego ogrodzenia nieruchomości wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny o różnym przeznaczeniu lub różnych zasadach zagospodarowania, lub w linii pierzei, lub w linii ogrodzeń sąsiadujących, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia w następujących przypadkach:

- 1) konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikającej z przepisów odrębnych;
- 2) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;

- 3) utrzymania porządku;
- 4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

§35. Ogranicza się wysokość ogrodzeń do maksymalnie 2,2 m z wyłączeniem ogrodzeń nieruchomości na których znajdują się:

- 1) elementy krajobrazu kulturowego;
- 2) cmentarze;
- 3) parki;
- 4) obiekty związane z bezpieczeństwem publicznym;
- 5) obiekty sportowe.

§36. Określa się następujące standardy jakościowe dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego:

- 1) stosowanie ogrodzenia pełnego w formie murowanej maksymalnie na odcinku lub odcinkach, stanowiących łącznie 40% długości ogrodzenia;
- 2) akcentowanie rytmu przeseł na całej długości ogrodzenia; nie dotyczy ogrodzeń sztachetowych.

Rozdział VI

**Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury,
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich
mogą być wykonane**

§37. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych w obszarze przestrzeni publicznej wprowadza się obowiązek:

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany.

- §38. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 4 m każdy.**
- §39. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, przez nałożenie obowiązku:**
- 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych kolorystyki szarej, czarnej lub ciemnozielonej, lub brązowej;
 - 2) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików.
- §40. Maksymalne gabaryty, określone w §32 oraz standardy jakościowe, wskazane w §38 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.**
- §41. Zakazuje się stosowania blachy falistej i trapezowej dla osłon śmietników.**

Rozdział VII

Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych.

- §42. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych na 18 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2 i ust. 3.**
- 2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej banerów na 12 miesięcy.**
- 3. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 36 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.**

4. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje ogrodzeń;
- 2) wszystkie rodzaje małej architektury.

§43. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Krajobrazowej, z możliwością ich translokacji, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Krajobrazowej w nowej lokalizacji.

§44. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych należy usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię elementu, szczególnie elewacji, do którego tablica lub urządzenie były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.

§45. W przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, określonymi w §8, §10, §14, §22 i §28 w pierwszej kolejności dostosowania do przepisów Uchwały Krajobrazowej wymaga tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe według następującej kolejności:

- 1) niespełniające pozostałych zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej;
- 2) o większej powierzchni służącej ekspozycji reklamy;
- 3) wyższe względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni;
- 4) bliższe do skrzyżowania lub przejazdu kolejowego.

Rozdział VIII
Przepisy końcowe

- §46.** Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Burmistrzowi Chrzanowa.
- §47.** Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Chrzanowa uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 1 do uchwały.
- §48.** Przebieg granic, określonych jednoznacznie w §2 zilustrowany został w załączniku graficznym do uchwały.
- §49.** Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Małopolskiego.

Przewodniczący

Rady Miejskiej w Chrzanowie


Określenie granic obszarów o różnych regulacjach Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Chrzanowa.



 obszar centrum

 pozostały obszar gminy w granicach administracyjnych

0 125 250 500 m



Załącznik Nr 1
do uchwały Nr
Rady Miejskiej w
Chrzanowie
z dnia 2022r.

Lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych a wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miejskiej w Chrzanowie w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Chrzanów obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	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 Burmistrza Miasta Chrzanowa z uzasadnieniem; Rozstrzygnięcie Rady Miejskiej w Chrzanowie o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Chrzanowa.
	1.	Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym: Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Chrzanowa: Uzasadnienie: Stanowisko Rady Miejskiej w Chrzanowie:

