

**WYKAZ I SPOSÓB ROZPATRZENIA UWAG I PISM ZŁOŻONYCH DO PROJEKTU UCHWAŁY W SPRAWIE
„ZASAD I WARUNKÓW SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ”**

Wyłożenie do publicznego wglądu projektu uchwały odbyło się w okresie od 21 sierpnia 2017 r. do 29 września 2017 r.

Termin wnoszenia uwag dotyczących wykładanego projektu uchwały określony w ogłoszeniu i obwieszczeniu w tej sprawie upłynął z dniem 13 października 2017 r.

W ww. terminie zostały złożone uwagi wyszczególnione w poniższym wykazie.

Lp.	NR UWAGI	DATA WNIESIENIA UWAGI	IMIĘ I NAZWISKO lub NAZWA JEDNOSTKI ORGANIZACYJNEJ (w dokumentacji planistycznej)	TREŚĆ UWAGI (pełna treść uwag znajduje się w dokumentacji planistycznej)	OZNACZENIE NIERUCHOMOŚCI KTÓREJ DOTYCZY UWAGA (numery działek lub inne określenie terenu objętego uwagą)	ROZSTRZYGNIĘCIE PREZYDENTA MIASTA KRAKOWA W SPRAWIE ROZPATRZENIA UWAGI DO PROJEKTU UCHWAŁY		UWAGI (informacje i wyjaśnienia dotyczące rozpatrzenia uwag – w zakresie uwag nieuwzględnionych)
						UWAGA UWZGLĘDNIONA	UWAGA NIEUWZGLĘDNIONA	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
1.	1.	24.08.2017	[...]*	Wnosi o to aby zapisy uchwały dotyczące zakazu sytuowania ogrodzeń dotyczyły także tych wybudowanych przed wejściem w życie uchwały i określały termin rozbiórki tych ogrodzeń.	Os. Złocień ul. Malachitowa, ul. Opalowa, ul. Czeczów (II strefa przestrzenna)		uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zakres regulacji dotyczący ogrodzeń jest zgodny z u.p.z.p., w projekcie uchwały wskazano termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń oraz rodzaje ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązków dostosowania.
2.	2.	29.08.2017 (data stempla 28.08.2017)	[...]*	W związku z planowaną realizacją zadania inwestycyjnego pn.: Centrum Wielkoskalowych Plenerowych Wydarzeń Kulturalnych „Błonia 2:0”, realizowanego w ramach projektu strategicznego: „Kraków – Nowa Huta Przyszłości”, wnosi o:	88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 113, 114, 115, 116, 119, 216, 217, 219, 220, 222, 134, 135, 136, 139, 140, 143, 144, 145, 146, 147/1, 122/2, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 137, 138, 141, 142, 160, 161/2, 162, 164, 165, 168, 169, 170, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 221, 227/1, 227/2 obr. 37 Nowa Huta		Ad.1. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1. Kwestie dotyczące małej architektury zostaną doprecyzowane, jak również zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do uchwały.
				1. objęcie terenu II strefą strukturalną – obszar miejski (na załączniku nr 1),			Ad.2. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.2. Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały, Przebieg granic zostanie pomocniczo zobrazowany na rysunku stanowiącym załącznik do uchwały.
				2. objęcie terenu V strefą krajobrazową – obszar ochrony krajobrazu lokalnego (na załączniku nr 2).				

3.	3.	29.08.2017 (data stempla 28.08.2017)	[...]*	W związku z planowaną realizacją zadania inwestycyjnego pn.: „Strefa Aktywności Gospodarczej”, realizowanego w ramach projektu strategicznego „Kraków – Nowa Huta Przyszłości”, wnosi o objęcie terenu V strefą krajobrazową – obszar ochrony krajobrazu lokalnego (na załączniku nr 2).	1/21 obr. 38 Nowa Huta		uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały, Przebieg granic zostanie pomocniczo zobrazowany na rysunku stanowiącym załącznik do uchwały.	
4.	4.	06.10.2017	[...]*	1. Wnosi o: określenie, do jakiej grupy wg prawa budowlanego należy zaliczyć takie obiekty jak estrady, telebimy, niektóre obiekty stanowiące wystrój imprez np. ozdobne bramy wejściowe, słupy z elementami dekoracyjnymi, kioski handlowe, maszty z flagami, których wysokość przekracza 3,5m (w kontekście wysokości określonej w projekcie dla wysokości dla małej architektury), wysokość dla masztów z flagami do około 8m, powierzchnia flagi 5-6 m ²	I strefa strukturalna	Ad.1. ----	Ad.1. ----	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń projektu uchwały. Zgodnie u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. W zakresie ustaleń dla obiektów małej architektury projekt uchwały odwołuje się do ustawowej definicji obiektu małej architektury wynikającej z Prawa budowlanego. W zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych projekt uchwały określa zasady i warunki sytuowania reklam wolnostojących i sytuowanych na obiektach i urządzeniach budowlanych.	
				2. Naszym zadaniem powinny to być tymczasowe obiekty budowlane a więc nie kolidowałyby to z przygotowaną uchwałą.				Ad.2. uwaga nieuwzględniona.	Ad.2. O tymczasowym charakterze obiektu budowlanego rozstrzyga regulacje ustawy Prawo budowlane. Jest to bowiem termin wskazany w zgłoszeniu albo faktyczny sposób powiązania obiektu z gruntem.
				3. Zmianę zapisu w taki sposób, aby maszty z flagami miały wysokość około 8 m i powierzchnię flagi 5-6 m ² .				Ad.3. uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.3. Zapisy projektu uchwały w zakresie wysokości masztów w I strefie zostaną doprecyzowane.

5.	5.	09.10.2017 (data stempla 03.10.2017)	[...]*	<p>1. Wnosi o pozostawienie działającym podmiotom możliwości korzystania z obecnie stosowanych rozwiązań a nowe uregulowania zastosować dla nowopowstających obiektów. Ponadto wnosi uwagi w formie pytań:</p>			Ad.1. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.1. Ustawa nie przewiduje możliwości wskazania rodzajów tablic i urządzeń reklamowych, które nie wymagają dostosowania do przepisów zawartych w uchwale. W celu zapewnienia ładu przestrzennego koniecznym jest dostosowanie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do jednolitych wytycznych wynikających z projektu uchwały. Brak jest podstaw by generalnie zwolnić istniejące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe z konieczności dostosowania do zasad określonych w projekcie uchwały.</p>
				<p>2. Paragraf 17 pkt. 2, ppkt 2) mówi, iż zakazuje się stosowania tablic reklamowych zasłaniających okna. W naszym przypadku korzystamy z reklam w formie naklejek typu „one way vision”, która przepuszcza światło dzienne do lokalu. Stosujemy takie rozwiązanie w wielu punktach, czy ono również będzie zakazane?</p>			Ad.2. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.2. Dopuszcza się wyłącznie zasłanianie okien witryn na zasadach określonych w projekcie uchwały.</p>
				<p>3. Paragraf 17 pkt. 2, ppkt 9) mówi o zakazie reklam na dachach budynków. Nasza galeria nie posiada dachu, na tej kondygnacji umiejscowiony jest parking. Górna część elewacji budynku służy jako miejsce przymocowania logotypów głównych najemców w formie neonów. Bardzo zależny nam na ich pozostawieniu.</p>			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.3. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do dopuszczenia tablic i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów na dachach budynków. Projekt uchwały przewiduje dopuszczenie na określonych zasadach sytuowanie szyldów na dachach obiektów. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane.</p>
				<p>4. Paragraf 17 pkt. 3, ppkt 3) mówi o łącznej dopuszczalnej powierzchni reklamowej nie przekraczającej 15% powierzchni parteru. Czy dotyczy to całości budynku czy tylko konkretnej ściany budynku?</p>		Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	<p>Ad.4. Zapis zostanie doprecyzowany.</p>	
				<p>5. Paragraf 20 pkt. 1 mówi o sytuowaniu tablic lub urządzeń reklamowych w formie szyldów. Czy logotyp „Solvay Park” będący nazwą własną budynku stanowiącą jego jednoznaczny i niepowtarzalny wyznacznik na elewacji w formie neonu stanowi szyld w myśl rozumienia ustawy?</p>		Ad.5. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	<p>Ad.5. Zgodnie z u.p.z.p. każdemu przysługuje możliwość umieszczenia szyldu na nieruchomości, na której prowadzi działalność, natomiast</p>	

								zasady umieszczania szyldów określa projekt uchwały.
				6. Jeżeli tak, czy w rumieniu paragrafu 20 pkt. 2 każdy podmiot prowadzący działalność na terenie obiektu handlowego ma prawo do umiejscowienia swojego szyldu na elewacji galerii?			Ad.6. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.6. Zgodnie z u.p.z.p. każdemu przysługuje możliwość umieszczenia szyldu na nieruchomości, na której prowadzi działalność, natomiast zasady umieszczania szyldów określa projekt uchwały.
				7. Ustawa nie precyzuje także co określa poziom jaskrawości kolorystyki neonów, a dobrze byłoby poznać na jakiej podstawie, i pomiarów jakich wskaźników będziemy w stanie określić precyzyjnie czy dana reklama świetlna jest zbyt jaskrawa czy też nie. Do treści uwagi dołączone jest uzasadnienie.			Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.7. Zapisy dotyczące kolorystyki neonów zostaną doprecyzowane.
6.	6.	09.10.2017	[...]*	Wnoszą o: 1. dopuszczenie w II, III, IV i V strefie umieszczania reklam, banerów i billboardów na pustych ścianach mieszkalnych budynków prywatnych;	II, III, IV i V strefa krajobrazowa		Ad.1. uwaga nieuwzględniona	Ad.1. Projekt uchwały reguluje w określony sposób zasady i warunki sytuowania reklam, banerów i billboardów w sposób umożliwiający zachowanie ładu przestrzennego.
				2. powołanie zespołu specjalizującego się w opiniowaniu i wydawaniu certyfikatów firmom reklamowym w przypadku uwzględnienia wniosku Do treści uwagi dołączone jest uzasadnienie.			Ad.2. uwaga nieuwzględniona	Ad.2. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
7.	7.	09.10.2017	[...]*	Wnoszą o: 1. dopuszczenie w II, III, IV i V strefie umieszczania reklam, banerów i billboardów na pustych ścianach mieszkalnych budynków prywatnych;	II, III, IV i V strefa krajobrazowa		Ad.1. uwaga nieuwzględniona	Ad.1. Projekt uchwały reguluje w określony sposób zasady i warunki sytuowania reklam, banerów i billboardów w sposób umożliwiający zachowanie ładu przestrzennego.
				2. powołanie zespołu specjalizującego się w opiniowaniu i wydawaniu certyfikatów firmom reklamowym w przypadku uwzględnienia wniosku Do treści uwagi dołączone jest uzasadnienie.			Ad.2. uwaga nieuwzględniona	Ad.2. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
8.	8.	09.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisów:	I-V strefa		Ad.1-2.	Ad.1-2.

				<p>1. §12 pkt. 4 ppkt 4) na „wymiary tablicy reklamowej do 1,6 m szerokości i do 2,5 m wysokości”;</p> <p>2. §12 pkt. 4 ppkt 5) na „łączna powierzchnia dwustronnej ekspozycji tablic reklamowych nie może przekroczyć 8,00 m²”</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Parametry przedstawione w uwadze wynikają z podanych już w projekcie uchwały §12 w pkt. 4 ppkt 1) i ppkt 2) wielkości, które wynoszą odpowiednio dla panelu reklamowego 1,6 m -szerokość i 2,5 m – wysokość. Nie ma więc potrzeby dodatkowego ograniczania powierzchni dla tablicy reklamowej. Należy te same rozwiązania wprowadzić w pozostałych strefach krajobrazowych II-V.</p>	krajobrazowa		uwaga nieuwzględniona	Wymiar powierzchni ekspozycji na 1,2 m × 1,8 m dostosowany jest do standardowego nośnika, jednak forma zapisu dotycząca panelu reklamowego zostanie doprecyzowana.
9.	9.	09.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę zapisów w:</p> <p>1. §20 pkt. 2 ppkt 3) na „maksymalna powierzchnia szyldu lub szyldów określona jest przez §20 pkt. 4 ppkt. 3)”; 2. §20 pkt. 4 ppkt 3) na „zachowania łącznej powierzchni szyldu lub szyldów na elewacji do:”; 3. wykreślenie zapisów §20 pkt. 4 ppkt 4) a, b, c, d.</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Projektodawca określił w §20 pkt. 4 ppkt. 3 maksymalną powierzchnię wszystkich szyldów, zatem nie powinien dodatkowo ograniczać tej powierzchni jeżeli w tym samym obiekcie jest tylko jeden, dwóch, trzech użytkowników, itd., a mieszczą się w podanych parametrach §20 (nierówne traktowanie podmiotów gospodarczych). Ograniczenia w §20 pkt. 4 ppkt 3 są i tak bardzo restrykcyjne. Projektodawca powinien dokonać zmian we wszystkich strefach krajobrazowych. Wykreślenie §20 pkt. 4 ppkt 4) a, b, c, d jest związane ze zmianą zapisów w §20 pkt. 2 ppkt 3) oraz pkt. 4 ppkt 3).</p>	I-V strefa krajobrazowa	Ad.1-3. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.1-3. Zapisy projektu uchwały w zakresie powierzchni szyldu zostaną zmienione i doprecyzowane w taki sposób, aby były spójne z ustaleniami dotyczącymi pozostałych zasad dla tablic i urządzeń reklamowych.
10.	10.	09.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę zapisu §21 pkt 1 ppkt. 2e na: „... szerokość (głębokość) całkowita pylonu do 0,4”.</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Bardziej precyzyjne określenie wymiaru.</p>	II-V strefa krajobrazowa	uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Zapisy projektu uchwały w zakresie określania gabarytów obiektów zostaną doprecyzowane.
11.	11.	09.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o dodanie zapisu w § 4 pkt. 1 jako ppkt 28 28) Zespół „Weryfikacyjno-uzgodnieniowy” – należy przez to rozumieć pracowników UMK wyznaczonych do przyjmowania, oceny i wydawania indywidualnych decyzji w poszczególnych przypadkach wykraczających poza zapisy uchwały. Wszystkie wnioski wraz z decyzją i uzasadnieniem winny być opublikowane w tym celu stronie BIP UMK.</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Objęcie całego miasta na zasadach obszarowych, może nie uwzględniać szczególnych przypadków, które powinny być rozwiązane w inny sposób. Prawo miejskie nie powinno działać na szkodę mieszkańców i przedsiębiorców.</p>			uwaga nieuwzględniona	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
12.	12.	09.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o dodanie zapisu: „W szczególnych przypadkach istnieje możliwość złożenia wniosku indywidualnego wykraczającego poza zapisy uchwały do zespołu Weryfikacyjno-uzgodnieniowego” w Dziale II §6 jako pkt 3 w Dziale III §9 jako pkt 9 w Dziale V §22 jako pkt 5</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Prawo miejskie powinno działać na rzecz mieszkańców i przedsiębiorców. Wprowadzenie takiego samego zapisu powinno być w trzech działach: malej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.</p>			uwaga nieuwzględniona	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
13.	13.	09.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę zapisu §22 pkt. 1 ppkt 3 na: „Obiekty malej architektury, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, należy dostosować do zawartych w uchwale zakazów, zasad i warunków w terminie 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.”</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> Osoby fizyczne i prawne mogą mieć podpisane wieloletnie umowy. Ograniczamy w ten sposób negatywne skutki finansowe dla Miasta.</p>			uwaga nieuwzględniona	Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie

								wskazanym w projekcie	
14.	14.	11.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o:</p> <p>1. W kontekście zaprezentowanego uzasadnienia zawierającego analizę ustawowej definicji reklamy wnosi o wyłączenie z kategorii reklamy informacji promującej, która nie ma charakteru perswazyjnego i promującego dane towary/usługi a mającej na celu jedynie poinformowanie o dostępności danego rodzaju towarów bądź usług w lokalu. W celu możliwości sytuowania tego rodzaju informacji niestanowiących reklam propozycja rozbudowania katalogu definicji poprzez dodanie w §4 ust. 1 definicji „tablicy informacyjnej” rozumianej jako „<i>tablicę o wymiarach nieprzekraczających 830 mm × 665 mm, na której zamieszcza się informacje o dostępnych usługach, w tym w szczególności mających znaczenie dla miasta, jego społeczności lub użytecznych publicznie, informacje o dostępnej prasie lokalnej, a także informacje wymagane przepisami prawa, takie jak w szczególności informacje o usługach pocztowych, płatniczych, informacje o zakazie sprzedaży wyrobów tytoniowych itp., prezentowanych w formie plakatów, naklejek zawierających logo usługi, piktogramów, ogłoszeń itp. Tablice informacyjne nie stanowią urządzeń reklamowych</i>”;</p>				Ad.1. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1. Definicja reklamy określona została w u.p.z.p. i nie ma możliwości wprowadzenia proponowanej zmiany w zakresie wyłączenia z kategorii reklamy określonego rodzaju informacji promującej produkt lub usługę. Niemniej jednak na obiektach wolnostojących handlowych zostanie dopuszczona możliwość umieszczenia tablicy reklamowej (w tym szyldu), której parametry zostaną określone w projekcie uchwały.
				<p>2. uwzględnienie §9 ust. 3 pkt 2) oprócz urządzeń bankomatowych także innych urządzeń niewielkich rozmiarów typu lodówki czy automaty do sprzedaży napojów i przekąsek;</p>				Ad.2. uwaga nieuwzględniona	Ad.2. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do proponowanego rozszerzenia zapisów. Tego rodzaju dopuszczenie mogłoby spowodować szeroką interpretację i w rezultacie prowadzić do dowolnego i chaotycznego sytuowania urządzeń reklamowych.
				<p>3. usunięcie z §9 ust. 3 pkt 1) fragmentu tekstu „<i>jako aranżacje wnętrza witryn</i>”;</p>			Ad.3. uwaga uwzględniona		
				<p>4. rezygnację z zapisów §13 ust. 2 pkt 6, §17 ust. 2 pkt 6 oraz § 19 ust. 2 pkt 6 w zakresie w jakim w sposób generalny zakazują sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na tymczasowych obiektach budowlanych w tym na kioskach lub wyłączenie spod zakazu kiosków poprzez modyfikację zapisów „<i>tymczasowych obiektach budowlanych, z wyłączeniem kiosków</i>”.</p> <p>W sytuacji nieuwzględnienia całkowitej rezygnacji z przedmiotowych regulacji wnosi postulat o dopuszczenie sytuowania na kioskach przykładowych tablic reklamowych w urządzeń reklamowych w formie „ramek” przeznaczonych na plakaty lub ogłoszenia (przykład w załączniku B) oraz sytuowania loga instytucji płatniczych i informacji o możliwości płatności kartą.</p> <p>Proponowany zapis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) dopuszczenie lokalizowania na kioskach niewielkich tablic reklamowych o określonej maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej, 2) dopuszczenie sytuowania na kioskach urządzeń reklamowych o określonej maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej, 3) wyraźne wyłączenie tablic informacyjnych, informacji prezentowanych na parapetach kiosków oraz niewielkich urządzeń reklamowych, spod przedmiotowego zakazu. <p>Przy przyjęciu powyższych propozycji, przedmiotowe postanowienia mogłoby mieć następujące brzmienie:</p> <p>„na ogrodzeniach, tymczasowych obiektach budowlanych, obiektach małej architektury, balustradach, murach, konstrukcjach oporowych oraz urządzeniach <i>infrastruktury technicznej i drogowej, z wyjątkiem</i></p>			Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4. Na obiektach wolnostojących handlowych zostanie dopuszczona możliwość umieszczenia tablicy reklamowej (w tym szyldu), której parametry zostaną określone w projekcie uchwały.	

				<i>tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1 pkt 5 z wyjątkiem tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych sytuowanych na kioskach, na których dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 500 mm × 700 mm, podświetlanych urzędzeń reklamowych o powierzchni nieprzekraczającej 6m², tablic informacyjnych o maksymalnych wymiarach 830 mm × 665 mm oraz informacji o dostępności usług, w tym użytecznych publicznie na powierzchni parapetów kiosków,"</i>				
				5. zmianę parametru określonego w §13 ust. 3 pkt. 2 z 0,3 m ² na 0,35 m ² ;		Ad.5. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.5. Zapisy w zakresie reklam na budynkach zostaną doprecyzowane.
				6. zmianę parametrów określonych w §13 ust. 3 pkt 6, §17 ust. 3 pkt 3 oraz w §19 ust. 3 pkt 1 z 10% (II strefa) i 15% (IV i V strefa) na 25%;		Ad.6. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.6. Zapisy w zakresie łącznej powierzchni reklam zostaną doprecyzowane.
				7. zmianę zapisów §13 ust. 3 pkt 1, §17 ust. 3 pkt 1 oraz § 19 ust. 3 pkt 1 poprzez dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych również prostopadle do elewacji, na wysięgnikach;			Ad.7. uwaga nieuwzględniona	Ad.7. Ograniczenie sposobów sytuowania tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i poprawienie łatwości odbioru informacji poprzez polepszenie czytelności. Projekt uchwały przewiduje możliwość sytuowania w formie wysięgników wyłącznie szyldów.
				8. wprowadzenie zapisu jako §11 pkt 5 oraz §15 pkt 6 w brzmieniu: „ <i>tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych sytuowanych na kioskach, na których dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 500 mm × 700 mm, podświetlanych urzędzeń reklamowych o powierzchni nieprzekraczającej 6 m², tablic informacyjnych o maksymalnych wymiarach 830 mm × 665 mm oraz informacji o dostępności usług, w tym użytecznych publicznie na powierzchni parapetów kiosków</i> ”;		Ad.8. uwzględniona z zastrzeżeniem.		Ad.8. Na obiektach wolnostojących handlowych zostanie dopuszczona możliwość umieszczenia tablicy reklamowej (w tym szyldu), której parametry zostaną określone w projekcie uchwały.
				9. wykreślenie zakazu sytuowania szyldów §20 ust. 3 pkt 9 – jako wykraczającego poza granice ustawowego upoważnienia, lub modyfikację zapisu poprzez wykreślenie „ <i>tymczasowych obiektach budowlanych</i> ” lub poprzez wyłączenie spod zakazu kiosków – poprzez modyfikację zapisu „ <i>tymczasowych obiektach budowlanych, z wyłączeniem szyldów</i> ”;		Ad.9. uwaga uwzględniona		
				10. dla obiektów gdzie widoczna jest więcej niż jedna elewacja jak w przypadku kiosku zwiększenie dopuszczalnej ilości szyldów np. do 4; (§20 ust. 2 pkt 1)			Ad.10. uwaga nieuwzględniona	Ad.10. Ograniczenie sposobów sytuowania tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i poprawienie łatwości odbioru informacji poprzez polepszenie czytelności.
				11. zwiększenie dopuszczalnej powierzchni szyldów np. do 2 m ² ; (§20 ust. 2 pkt 3)		Ad.11. uwaga		Ad.11. Zapisy projektu uchwały w

						uwzględniona z zastrzeżeniem		zakresie szyldów zostaną doprecyzowane.
				12. w kontekście zapisu określającego zasadę sytuowania szyldu wyłącznie na elewacji, na której znajduje się główne bezpośrednie wejście wnosi o zmianę zapisu §20 ust. 4 pkt 2 tak, aby w przypadku obiektów budowlanych z widoczną więcej niż jedną elewacją, możliwe było umieszczenie szyldów również na więcej niż jednej elewacji;		Ad.12. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.12. Zapisy projektu uchwały w zakresie szyldów zostaną doprecyzowane.
				13. przedłużenie terminu dostosowania o którym mowa w §28 ust. 3 do co najmniej 3 lat. Do treści uwagi dołączone jest uzasadnienie.			Ad.13. uwaga nieuwzględniona	Ad.13. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.
15.	15.	12.10.2017	[...]*	Wnosi o 1. uwzględnienie w projekcie uchwały (w odniesieniu do słupów z informacjami cenowymi paliw znajdującymi się na terenach stacji benzynowych) zapisów Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług;		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo w zakresie pkt.1 nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń projektu uchwały. Rozporządzenie Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług określa sposób ich uwidaczniania, co stanowi przepis odrębny w zakresie regulacji i nie stanowi ustaleń przedmiotowej uchwały.
				2. doszczegółowienie jak należy rozumieć pojęcie „przestrzeni publicznej” które pojawia się w kilku definicjach zawartych w projekcie uchwały;		Ad.2. uwaga uwzględniona		
				3. doszczegółowienie jak należy rozumieć pojęcie „jaskrawa kolorystyka” i w tym zakresie wyłączenia w stosowaniu ograniczeń dla nazw, firm, logo przedsiębiorców.		Ad.3. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.3. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
16.	16.	11.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu dotyczącego wysokości małej architektury w I, II, i III strefie poprzez dodanie zapisu, iż podane wartości nie dotyczą istniejącej już infrastruktury masztów oraz masztów montowanych w studzienkach i na konstrukcjach. Do treści uwagi dołączona została dokumentacja fotograficzna.	I, II, III strefa strukturalna		uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ustawa nie przewiduje możliwości wskazania rodzajów tablic i urządzeń reklamowych, które nie wymagają dostosowania do przepisów zawartych w uchwale. W celu zapewnienia ładu przestrzennego koniecznym jest dostosowanie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do jednolitych wytycznych wynikających z projektu uchwały. Brak jest

								podstaw, aby generalnie zwolnić istniejące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe z konieczności dostosowania do zasad określonych w projekcie. Niemniej jednak zapisy projektu uchwały w zakresie wysokości masztów zostaną doprecyzowane.
17.	17.	12.10.2017	[...]*	Wnosi o: 1. Zwiększenie wysokości urządzeń reklamowych z 3,5 m do 6 m dla wszystkich stref krajobrazowych na czas trwania imprezy plenerowej oraz w miejscu jej organizacji;			Ad.1. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1. Zapisy projektu uchwały w zakresie wysokości urządzeń reklamowych sytuowanych na czas trwania wydarzeń plenerowych zostaną doprecyzowane, a wskazane w projekcie parametry mogą ulec nieznacznej korekcie.
				2. Wyłączenie zakazu umieszczania telebimów, ekranów LED, LCD w miejscu organizacji przedsięwzięcia plenerowego na czas trwania dla wszystkich stref kraj obrazowych;		Ad.2. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.2. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie stref, w których dopuszczona zostanie możliwość umieszczania na czas organizacji przedsięwzięcia plenerowego wnioskowanych telebimów, ekranów LED, LCD.	
				3. Zniesienie zakazu umieszczania urządzeń reklamowych w słupie powietrza nad drogami publicznymi na czas trwania imprezy plenerowej oraz w miejscu jej organizacji dla wszystkich stref krajobrazowych;		Ad.3. uwaga uwzględniona		
				4. Dopuszczenie innej kolorystyki niż biała i beżowa parasoli reklamowych oraz dopuszczenie umieszczania reklamy na wszystkich lambrekinach w miejscu organizacji przedsięwzięcia plenerowego na czas trwania dla wszystkich stref krajobrazowych;			Ad.4. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do proponowanego rozszerzenia zapisów a ponadto brak jest podstaw do różnicowania sytuacji podmiotów, z uwagi na czas ekspozycji reklamy funkcjonującej w ramach przedsięwzięć plenerowych. Niemniej jednak w wyniku dalszych prac zapisy projektu uchwały w zakresie palety dopuszczanej kolorystyki

								parasoli reklamowych będą podlegać nieznaczącej korekcie.
				5. Zwiększenie dopuszczalnego pola powierzchni reklamy (więcej niż A5) na urządzeniach reklamowych innych niż czasza parasola w czasie trwania imprez plenerowych na czas trwania wydarzenia dla wszystkich stref krajobrazowych.		Ad.5. uwaga uwzględniona		
				6. Dopuszczenie do stosowania banerów we wszystkich strefach podczas trwania imprez plenerowych dla wszystkich stref krajobrazowych.		Ad.6. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.6. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych związanych z przedsięwzięciami plenerowymi zostaną zmienione i ujednolicone dla wszystkich stref, niemniej jednak dla poszczególnych stref określone zostaną różne gabaryty banerów możliwych do sytuowania na czas trwania przedsięwzięć plenerowych.
18.	18.	13.10.2017	[...]*	1. wnosi o objęcie terenu Business Parku MARR SA przy ul. Nad Drwiną 10 zasadami i warunkami sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, w terenach towarzyszących obiektom usług, określonymi w § 21 projektu uchwały, z dopuszczeniem stosowania zasad wskazanych w § 21 ust. 2 pkt 2) lit. c) także w przypadku budynków o wysokości poniżej 15 m;			Ad.1. uwaga nieuwzględniona	Ad.1. Zasady zostały określone dla poszczególnych stref oraz poprzez definicję terenów towarzyszących obiektom usług.
				2. wnosi o objęcie obszaru Business Park przy ul. Nad Drwiną 10 strefą III przestrzenną - o przeważającej funkcji terenów usługowych z jednoczesną likwidacją zapisu zawartego w § 25 ust. 3), litera c) o konieczności obsadzenia roślinnością ogrodzeń od strony przestrzeni publicznej min. w związku z brakiem jednoznacznej definicji przestrzeni publicznej;		Ad.2. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.2 Kwestie dotyczące ogrodzeń zostaną doprecyzowane, jak również zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście projektu uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały.
				3. wnosi o dopuszczenie w strefie III przestrzennej sytuowania ogrodzeń wyższych niż 2,2 m, oraz sytuowania ogrodzeń pełnych, bez konieczności nasadzeń roślinności w formie żywopłotu lub pnączy od strony publicznej - w przypadku zapleczy technicznych obiektów usługowych;		Ad.3. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.3 Zapisy projektu uchwały w zakresie ogrodzeń zostaną doprecyzowane i będą podlegać nieznaczącej korekcie.
				4. wnosi o dopuszczenie w strefie III przestrzennej sytuowania ogrodzeń pełnych, bez konieczności nasadzeń roślinności w formie żywopłotu lub pnączy od strony publicznej - w przypadku sąsiedztwa obiektu usługowego z terenami niezagospodarowanymi, szczególnie zagrażającymi bezpieczeństwu mienia, tj. np. sąsiedztwo z rzeką Wilgą;			Ad.4. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4 Zapisy projektu uchwały w zakresie ogrodzeń zostaną doprecyzowane i będą podlegać nieznaczącej korekcie.
				5. wnosi o zniesienie nakazu zapewnienia prześwitów o wysokości minimum 12 cm od poziomu terenu i szerokości minimum 20-cm, w liczbie-nie mniejszej niż jeden na każde 10 mb ogrodzenia w celu umożliwienia migracji zwierząt - w przypadku jeśli dostęp zwierząt do terenów obiektów usługowych jest			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Zapis jest wprowadzony ze względu na zachowanie

	niewskazany ze względów bezpieczeństwa sanitarnego i bezpieczeństwa mienia.				tras migracji zwierząt.
	6. niemal cała elewacja budynku Galerii Solvay Park od strony ul. Zakopiańskiej pokryta jest szklaną powierzchnią (stanowiącą witryny lokali sytuowanych na różnych piętrach) Wnosi o zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, nakazów, zasad i warunków określonych w uchwale w zakresie sytuowania reklam i szyldów na szklanych elewacji obiektów handlowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały i obejmujących klika kondygnacji tzw. witryn.			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Ustawa nie przewiduje możliwości zwolnienia z obowiązku dostosowania do zasad i warunków sytuowania reklam i szyldów, niemniej jednak zapisy projektu uchwały w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów i reklam zostaną doprecyzowane i mogą podlegać nieznacznej korekcie.
	7. wnosi o zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, nakazów, zasad i warunków określonych w uchwale w zakresie umieszczania szyldów celem zabezpieczenia parkingu dla klientów zlokalizowanego na najwyższych kondygnacjach obiektów handlowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały			Ad.7. uwaga nieuwzględniona	Ad.7. Ustawa nie przewiduje możliwości zwolnienia z obowiązku dostosowania do zasad i warunków sytuowania reklam i szyldów.
	8. wnosi o ujęcie w uchwale odpowiednich postanowień wprowadzających wyłączenia w zakresie tablic i urządzeń informacyjnych, które zostały wybudowane i postawione z uwagi na inne obowiązujące przepisy — dotyczy to między innymi słupów z informacjami cenowymi paliw znajdujących się na terenach stacji		Ad.8. ---	Ad.8. ---	Ad.8. Pismo w zakresie pkt. 8 nie stanowi uwagi, ponieważ dotyczy tablic i urządzeń informacyjnych, które nie stanowią przedmiotu regulacji określonych w u.p.z.p. Rozporządzenie Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług określa sposób ich uwidaczniania, co stanowi przepis odrębny w zakresie regulacji i nie stanowi ustaleń przedmiotowej uchwały.
	Ponadto, w związku z problemami interpretacyjnymi, wnosi następujące uwagi do projektu uchwały: 9. Brak jednoznacznej definicji przestrzeni publicznej, które to określenie pojawia się w kilku definicjach innych pojęć — czy w tym wypadku obowiązuje definicja ujęta w art. 2 pkt 6) Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U .2017. 1073).		Ad.9. uwaga uwzględniona		
	10. Brak określenia co należy rozumieć pod pojęciem jaskrawa kolorystyka — uchwała nie precyzuje dopuszczalnego poziomu jaskrawości urządzeń reklamowych oraz nie wskazuje sposobu jej pomiarów, w związku z tym nie ma możliwości określenia czy dana reklama świetlna spełnia warunki pod względem jaskrawości. W temacie tym, wnosimy również o wprowadzenie do uchwały wyłączeń w stosowaniu ograniczeń w zakresie nazw własnych firm i logotypów, jako że mogłoby to doprowadzić do wymuszenia ich zmian, co naruszałoby zasady swobody gospodarczej.		Ad.10. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.10. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
	11. Uszczegółowienia wymagają także zapisy § 17 ust. 3 pkt 3) projektu uchwały dot. łącznej dopuszczalnej powierzchni tablic i urządzeń reklamowych, która nie może przekroczyć 15% powierzchni elewacji parteru		Ad.11. uwaga		Ad.11. Zapisy zostaną

				— czy dotyczy to całości budynku, czy tylko konkretnej ściany budynku?		uwzględniona		doprecyzowane.
19.	19.	13.10.2017	[...]*	<p><u>Uwagi do Działu I:</u></p> <p>1. § 4 ust. 1 pkt 3 Projektu Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 pkt 3 Projektu - definicji billboardu -poprzez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „3) <i>billboardzie — należy przez to rozumieć wielkoformatową tablicę lub urządzenie reklamowe, którego łączna powierzchnia ekspozycji jest nie mniejsza od 2,17 m²”;</i></p>			Ad.1 uwaga nieuwzględniona	Ad.1. Z uwagi na ochronę walorów widokowych i krajobrazowych brak jest podstaw do proponowanej zmiany definicji. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
				<p>2. § 4 ust. 1 pkt 17 Projektu Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 pkt 17 Projektu - definicji panelu reklamowego - poprzez dodanie do niego słów „o powierzchni ekspozycji nie większej niż 2,16 m²”</p>			Ad. 2 uwaga nieuwzględniona	Ad.2. Z uwagi na ochronę walorów widokowych i krajobrazowych brak jest podstaw do proponowanej zmiany definicji. Wielkość powierzchni panelu reklamowego nie ulegnie zmianie, a jedynie zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
				<p>3. § 4 ust. 1 pkt 24 Projektu Wnosimy o całkowite wykreślenie § 4 ust. 1 pkt 24 Projektu - definicji terenów towarzyszących obiektom usług.</p>			Ad. 3. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.3. Zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uchwała krajobrazowa może wydzielać w ramach obszaru gminy różne strefy o odmiennych zasadach i warunkach sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W związku z tym, z uwagi na kryteria funkcjonalne, takie obszary w terenie miasta zostały wydzielone. Zapisy dotyczące definicji terenów towarzyszących obiektom usług zostaną doprecyzowane.
				<p>4. § 9 ust. 1 Projektu Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 Projektu przez wprowadzenie do niego szczegółowego opisowego określenia wymienionych w nim pięciu granic pięciu stref - obszarów, na które została podzielona Gmina Miejska Kraków w Projekcie.</p>		Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4. Granice stref zostaną ponownie przeanalizowane i opisane.	
				<p>5. § 9 ust. 3 podpunkt 4 Projektu</p>			Ad.5.	Ad.5.

						uwaga nieuwzględniona	Zapis ten ma charakter informacyjny i ma na celu poinformowanie o odrębnych regulacjach. Zapisy § 9 ust. 3 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad uchwały krajobrazowej dla reklam w nim wskazanych, lecz stanowią jedynie wyłączenie spod stosowania warunków określających parametry tablic i urządzeń reklamowych, wyznaczonych w poszczególnych strefach.
			Wnosimy o usunięcie zapisów: Przepisów od § 10 - § 21 (czyli nie obowiązują żadne zapisy uchwały krajobrazowej) nie stosuje się względem tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych: „w zakresie, w jakim zostały one określone w przepisach odrębnych — w szczególności zapisy uchwały nie znajdują zastosowania względem tablic informacyjno-promocyjnych, dotyczących projektów współfinansowanych ze środków zagranicznych zgodnie z przepisami odrębnymi ...”				
			6. § 9 ust. 6 Projektu Wnosimy o zmianę § 9 ust. 6 Projektu przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „6. Przepisów §10 - §21 nie stosuje się względem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 lub tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków oraz względem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w chwili wejścia w życie uchwały, jeśli zostały one wzniesione na podstawie ostatecznych pozwoleń na budowę lub przyjętych przez właściwe organy zgłoszeń robót budowlanych.”			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowanie reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i

				<p>urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach.</p> <p>Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.</p>						
				<p>7. § 10 punkt 1 Projektu Wnosimy o usunięcie wyjątku od generalnych zakazów zapisanego w ww. punkcie — dopuszcza on tylko tymczasowe wolnostojące urządzenia reklamowe w określonym miejscu organizacji przedsięwzięcia plenerowego na czas jego trwania - na 3 dni można ustawić przed imprezą i 1 dzień (roboczy) zdemontować po imprezie.</p> <p>Biorąc pod uwagę, że większość imprez odbywa się pod patronatem Krakowa, wydaje się, że miasto zagwarantuje sobie monopol na reklamę. Ponadto nie zrozumiałym jest dlaczego ten punkt nie zawiera parametrów odległości od skrzyżowań, od innych reklam, od wiat, od drogi itd. itd. jak to ma miejsce przy innych tablicach i urządzeniach reklamowych (dlaczego te parametry nie są „doprecyzowane” jak dla innych reklam nie będących powyższymi a zwłaszcza dla bilbordów w strefie IV i V). Niedookreślone jest miejsce gdzie takie urządzenie może stać - co oznacza w miejscu organizacji przedsięwzięcia ... (miasto, czy może teren gdzie się odbywa?). Można też zinterpretować inaczej ten zapis, że na czas trwania jakiegokolwiek imprezy plenerowej można sytuować reklamy w miejscu organizowania tej imprezy, ale nie związane z tą imprezą.</p> <p>Nawet dopuszczając taką formę reklamy bardzo trudno będzie się wpasować w termin, chyba należałoby występować z wyprzedzeniem o przyjęcie zgłoszenia, aby w przypadku informacji o imprezie być przygotowanym na montaż na 3 dni przed nią chyba, że będą to inne uchwały uchwalone na czas tej imprezy przez miasto.</p>				Ad.7. uwaga nieuwzględniona	Ad.7. Odrębna regulacja dla przedsięwzięć plenerowych pozostanie, niemniej poszczególne ustalenia dotyczące reklam związanych z tymi przedsięwzięciami zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane.	
				<p>8. § 16 ust. 2 Projektu Wnosimy o całkowite wykreślenie § 16 ust. 2 Projektu. W przypadku nieuwzględniania ww. wniosku o wykreślenie w całości zapisów § 16 ust. 2 Projektu wnosimy o zmianę Projektu poprzez wykreślenie z § 16 ust. 2 pkt 1, 2, 5, 6 i równocześnie o zmianę § 16 ust. 2 pkt. 4 (który stałby się odrębną jednostką redakcyjną) w następujący sposób: 1) podpunkt a na „powierzchnia reklamy od 17,5 m² do 48 m²”; 2) podpunkt b na „wysokość reklamy do 18 m”. Powyższe uwagi mają analogiczne zastosowanie do lokalizacji urządzeń w strefie V.</p>					Ad.8. uwaga nieuwzględniona	Ad.8. Przeprowadzone analizy ukierunkowane na ochronę i porządkowanie przestrzeni publicznych miasta wskazały na potrzebę ujednolicenia gabarytów tablic i urządzeń reklamowych poprzez określone w projekcie uchwały wymiary. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zostanie zmieniony sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
				<p>9. § 17 ust. 1 Projektu Wnosimy o dodanie do § 17 ust. 1 Projektu nowego pkt 5 o następującym brzmieniu: „5) na dachach budynków.”</p>					Ad.9. uwaga nieuwzględniona	Ad.9. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak

					takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
					Ad.15. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem
					Ad.15. Przeprowadzone analizy ukierunkowane na ochronę i porządkowanie przestrzeni publicznych Miasta wskazały na potrzebę ujednoczenia gabarytów tablic i urządzeń reklamowych poprzez określone w projekcie uchwały wymiary. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
					Ad.16. uwaga nieuwzględniona
					Ad.16. Parametr wysokości billboardów nie ulegnie zmianie, a jedynie zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
					Ad.17. uwaga nieuwzględniona
					Ad.17. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
					Ad.18. uwaga nieuwzględniona
					Ad.18. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do dopuszczenia tablic i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów na dachach budynków.
					Ad.19. uwaga nieuwzględniona
					Ad.19. W celu ochrony harmonii i ładu przestrzennego, możliwość sytuowania reklam niestanowiących

								sztyldów została ograniczona, co do zasady do parteru budynku.
				20. § 19 ust. 3 pkt 2 Projektu Wnosimy o wykreślenie w całości § 19 ust. 3 pkt 2 Projektu			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Wielkość poszczególnych tablic i urządzeń reklamowych zostanie zmieniona niemniej ograniczenie powierzchni reklam wpływa na poprawę ich czytelności i ograniczenie nadmiernego dogęszczenia przestrzeni poprzez wizualny chaos informacyjny.
				21. § 21 Projektu Wnosimy o całkowite wykreślenie § 21 Projektu — wyjątkowych regulacji dot. sytuowania reklam na tzw. terenach towarzyszących obiektom usług.			Ad.21. uwaga nieuwzględniona	Ad.21. Zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uchwała krajobrazowa może wydzielać w ramach obszaru gminy różne strefy o odmiennych zasadach i warunkach sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W związku z tym, z uwagi na kryteria funkcjonalne, takie obszary w terenie miasta zostały wydzielone.
				22. § 28 ust. 3 Projektu Wnosimy o zmianę § 28 ust. 3 Projektu przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „3. Obiekty małej architektury, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe (*usytuowane bez odpowiednich pozwoleń budowlanych lub zgłoszeń) oraz ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, należy dostosować do zawartych w uchwale zakazów, zasad i warunków w terminie 24 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z zastrzeżeniem postanowień § 9 ust. 2 do ust. 7.” Fragment zaznaczony gwiazdką (*) może zostać pominięty pod warunkiem wprowadzenia do Projektu postulowanych w niniejszym piśmie zmian w § 9 ust. 2 —ust. 7. O ile w redakcji § 9 nie nastąpiłyby proponowane przez nas zmiany wówczas dla jasności prosimy o wpisanie ograniczenia zakresu przedmiotowego uchwały do tablic i urządzeń reklamowych postawionych nielegalnie, tj. bez wymaganych prawem budowlanym pozwoleń/zgód. Urządzenia i tablice reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, które zostały usytuowane na podstawie odpowiednich pozwoleń budowlanych lub zgłoszeń, które nie zostały uchylone winny pozostać (analogicznie jak dzieje się to w przypadku wejścia w życie mpzp). Każdy punkt uwagi posiada uzasadnienie.			Ad.22. uwaga nieuwzględniona	Ad.22. Ustawa nie przewiduje możliwości wskazania rodzajów tablic i urządzeń reklamowych, które nie wymagają dostosowania do przepisów zawartych w uchwale. Ponadto, brak jest podstaw do różnicowania sytuacji podmiotów, z uwagi na czas ekspozycji reklamy funkcjonującej w ramach przedsięwzięć plenerowych.
20.	20.	13.10.2017 (data stempla 12.10.2017)	[...]*	Wnosi o wprowadzenie następujących poprawek o charakterze ogólnym: 1. Dostosowanie tekstu do zasad zawartych w rozdziale 7 „Zasad techniki prawodawczej”. 2. Ujednolicenie określeń użytych do wprowadzania zasad. W projekcie wymiennie stosowane są: „ustala się”, „określa się” i „obowiązuje”. Proponowany zapis – „obowiązuje”. 3. Ujednolicenie zwrotów użytych do określania zasad. zamiennie (nawet w obrębie jednego paragrafu) stosowane są „zakaz/nakaz/dopuszczenie” oraz „zakazuje się/nakazuje się/dopuszcza się”. Proponowany zapis – „[obowiązuje] zakaz/nakaz/dopuszczenie”. 4. Ujednolicenie zapisu w zakresie kolejności wymieniania wymiarów, tj. długości, szerokości, wysokości i głębokości.			uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Tekst zostanie ponownie przeredagowany z uwzględnieniem zaproponowanych rozwiązań.

		<p>5. Ujednolicenie użycia określeń „długość”, „szerokość”, „głębokość”. W projekcie są one stosowane w sposób bardzo liberalny, różny dla poszczególnych stref i przedmiotów, których wymiary opisują.</p> <p>6. Usunięcie określeń „ustala się stosowanie”, „ustala się możliwość”, itp. jako niejasnych (wprowadzają one nakaz czy dopuszczenie?) i nic nieznaczących w kontekście prawnym. Proponowany zapis – przekształcenie na zakazy, nakazy lub dopuszczenia (przykłady w części z uwagami szczegółowymi).</p> <p>7. Ujednolicenie stosowania określeń „sytuować” i „umieszczać”.</p> <p>8. Ujednolicenie użycia konstrukcji „tablic reklamowych i urządzeń reklamowych” oraz „tablic i urządzeń reklamowych” (bliżej końca tekstu stosowane zamiennie, ze wskazaniem na tę drugą).</p> <p>Wnosi o wprowadzenie następujących poprawek szczegółowych:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie spacji pomiędzy „poz.” i „1073” w podstawie prawnej przywołanej w pierwszym zdaniu, na pierwszej stronie. 2. Ujednolicenie znaków wprowadzających wtrącenie w paragrafie 4, ust. 1, pkt. 8, tj. „niebędącego budynkiem gospodarczym lub garażem” przez zastosowanie półpauz lub przecinków przed wtrąceniem i po nim. 3. Usunięcie z paragrafu 5 określenia „zaleca się” – jego użycie jest sprzeczne z „Zasadami techniki prawodawczej”, w szczególności z §11. 4. Usunięcie niezgrabności w określeniu „w szczególności taki/takich jak” poprzez zastąpienie go „w szczególności” lub „taki/takich jak” (dotyczy całości projektu). 5. Oddzielenie przecinkami wtrącenia „w tym beton architektoniczny” w paragrafie 8, ust. 1, pkt. 3, lit. a (oraz w ewentualnych powtórzeniach konstrukcji w dalszej części tekstu). 6. Przeformułowanie określenia z paragrafu 8, ust. 2, pkt. 2, lit. b (oraz w ewentualnych powtórzeniach konstrukcji w dalszej części tekstu) „stosowania kolorystyki z wykluczeniem stosowania elementów refleksyjnych i odblaskowych”. Nie zostaje w ten sposób określona żadna nakazana kolorystyka, a zdanie jest niezgrabne i niepoprawne stylistycznie. Proponowany zapis – „zakaz stosowania elementów refleksyjnych i odblaskowych”. 7. Przeformułowanie paragrafu 8, ust. 3, pkt. 3, lit. b (oraz ewentualnych powtórzeń konstrukcji w dalszej części tekstu) tak, aby usunąć powtórzenia i problemy stylistyczne. 8. Przeformułowanie paragrafu 9, ust. 3, pkt. 3 tak, aby nie wynikało z niego, że to parkometry mają podaną powierzchnię. 9. Zmianę brzmienia paragrafu 11, pkt. 2, lit. a (oraz w ewentualnych powtórzeniach konstrukcji w dalszej części tekstu) na zapis „zakaz sytuowania więcej niż dwóch paneli reklamowych w wiacie”. 10. Uproszczenie (i ujednolicenie w całości uchwały) zapisu paragrafu 12, ust. 1 poprzez usunięcie powtórzenia (zbędne mnożenie słów). Proponowany zapis – „W II strefie krajobrazowej obowiązuje zakaz sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem:”. Taki zapis jest użyty zarówno w paragrafie 10, ust. 1, jak i w paragrafie 14, ust. 1. 11. Wprowadzenie przecinka w paragrafie 12, ust. 1, pkt. 2, lit. f po słowach „biologicznie czynnym”. 12. Uzupełnienie brakującej części zdania w paragrafie 12, ust. 2. Proponowany zapis – „Dla tymczasowych wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych na czas trwania przedsięwzięć plenerowych obowiązuje:”. 13. Dookreślenie w paragrafie 12, ust. 2, pkt. 3 (oraz w ewentualnych powtórzeniach konstrukcji w dalszej części tekstu) czy jest to nakaz czy dopuszczenie. 14. Ujednolicenie zapisu paragrafu 12, ust. 3, pkt. 6 tak, by był zgodny z zapisem paragrafu 10, ust. 3, pkt. 5, lub, jeśli różnica zapisu jest celowa, wyjaśnienie jej. Dodatkowo w paragrafie 12, ust. 3, pkt. 6 konieczna jest poprawa ze „zwieńczona” na „zwieńczoną”. 15. Ujednolicenie sposobu zapisu „rodzaj materiałów”, „rodzaj dopuszczonych materiałów”, „stosowanie materiałów”. Proponowany zapis – „[obowiązuje] dopuszczenie stosowania”. 16. Wprowadzenie przecinka w paragrafie 13, ust. 2, pkt. 5 po słowie „oświetleniowych”. 17. Zmianę zapisu paragrafu 13, ust. 2, pkt. 8. W obecnej formie jest on niepoprawny gramatycznie i stylistycznie (!Zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych projekcji świetlnych reklam na elewacjach budynków, na płaszczyźnie terenu oraz w przestrzeni powietrznej). 18. Zmianę zapisu paragrafu 13, ust. 3, pkt. 8. W obecnej formie jest on nielogiczny i niepoprawny gramatycznie i stylistycznie (!Nakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w przypadku oświetlania reklam stosowania barwy białej). 19. Zmianę słowa „wielkość” na „wymiały” w paragrafie 13, ust. 5, pkt. 2. 20. Usunięcie niezgrabności i niejasności w paragrafie 13, ust. 6, pkt. 2 poprzez zamianę określenia „większych niż” na „wyższych niż” (jeśli chodzi o wysokość) lub „o powierzchni większej niż” (jeśli chodzi o powierzchnię). 21. Uzgodnienie zapisu paragrafu 13, ust. 8 tak, by był jednolity w całym tekście. W obecnej formie różni 				
--	--	--	--	--	--	--

		<p>on się chociażby od paragrafu 11, pkt. 4. Dodatkowo brak związku rządu.</p> <p>22. Zastąpienie w paragrafie 14, ust. 1, pkt. 1, lit. b określenia „wyłączenie możliwości” słowem „zakaz”.</p> <p>23. Zmianę zapisu paragrafu 16, ust. 2, pkt. 1 (oraz w ewentualnych powtórzeniach konstrukcji w dalszej części tekstu). Proponowany zapis – „[obowiązuje] zakaz sytuowania ich w odległości mniejszej niż:”.</p> <p>24. Ujednolicenie sposobu zapisu paragrafu 16, ust. 2, pkt. 4, lit. c tak, by był jednakowy w całym tekście (w obecnej formie różni się np. od paragrafu 13, ust. 7, pkt. 3).</p> <p>25. Dookreślenie czy w paragrafie 16, ust. 2, pkt. 5 oraz w paragrafie 16, ust. 2, pkt. 6 występują nakazy czy dopuszczenia (problem niejasnego sposobu wprowadzenia „stosowanie światła barwy białej” i „stosowanie materiałów” występuje w całym tekście).</p> <p>26. Usunięcie w paragrafie 16, ust. 3, pkt. 2, lit. d zbędnego powtórzenia „powierzchni” przed „4 m²”.</p> <p>27. Wprowadzenie przecinka w paragrafie 17, ust. 2, pkt. 5 po słowie „oświetleniowych”.</p> <p>28. Wprowadzenie przecinka w paragrafie 17, ust. 2, pkt. 6 po słowie „drogowej”.</p> <p>29. Zmianę zapisu paragrafu 17, ust. 2, pkt. 8. W obecnej formie jest niepoprawny stylistycznie i gramatycznie (!Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych projekcji świetlnych reklam na elewacjach budynków, na płaszczyźnie terenu oraz w przestrzeni powietrznej).</p> <p>30. Oddzielenie przecinkami wtrącenia „zgodnie z przepisami odrębnymi” w paragrafie 17, ust. 4.</p> <p>31. Zmianę słowa „wielkość” na „wymiary” w paragrafie 17, ust. 5, pkt. 2.</p> <p>32. Dopisanie brakującego słowa/brakujących słów lub przeformułowanie zapisu w paragrafie 17, ust. 7. Proponowany zapis – „Dla tablic reklamowych [...] lub elementów wygrozdzeniowych obowiązuje:”.</p> <p>33. Dookreślenie, że paragraf 17, ust. 9 jest dopuszczeniem. Proponowany zapis – „Obowiązuje dopuszczenie sytuowania tablic [...] obiektom usług zgodnie z zasadami określonymi w § 21”.</p> <p>34. Usunięcie powtórzenia „tablic reklamowych i urządzeń reklamowych” z paragrafu 18, ust. 1, pkt. 5.</p> <p>35. Zapis z paragrafu 18, ust. 2, pkt. 2 dotychczas pojawiał się przy reklamach na obiektach, tutaj natomiast występuje przy wolnostojących tablicach i urządzeniach reklamowych.</p> <p>36. W paragrafie 18, ust. 2, pkt. 5, który stanowi zakaz (stosowania jaskrawej kolorystyki, projekcji świetlnych, elementów ruchomych, światła błyskawicznego i pulsującego) w zakresie ogólnym występuje odwołanie do zasad dla konkretnego typu reklamy. Jednak w obrębie tychże zasad również obowiązuje zakaz stosowania światła błyskawicznego i pulsującego. Jak mi nie wiadomo, ust. 4 zwolniony jest z zakazu w zakresie jaskrawej kolorystyki, projekcji świetlnych i elementów ruchomych, jednak nie jest to jasno i logicznie wyłożone. Przy standardowym czytaniu te dwa zapisy wydają się wzajemnie wykluczać. Konieczne zatem jest przeformułowanie obu w taki sposób, by nie było wątpliwości które elementy są dopuszczone w danym przypadku.</p> <p>37. Ujednolicenie zapisu paragrafu 18, ust. 4, pkt. 5 tak, by był zgodny z paragrafem 12, ust. 1, pkt. 2, lit. d.</p> <p>38. Przeformułowanie wszystkich punktów w paragrafie 18 ust. 5 tak, by jednoznacznie wprowadzały zakazy, nakazy i dopuszczenia (np. „[obowiązuje] zakaz sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań”, „[obowiązuje] nakaz stosowania światła barwy białej” lub „[obowiązuje] dopuszczenie stosowania światła barwy białej”).</p> <p>39. Przeformułowanie wszystkich punktów w paragrafie 18 ust. 6 tak, by jednoznacznie wprowadzały zakazy, nakazy i dopuszczenia.</p> <p>40. Dlaczego dopiero w paragrafie 18, ust. 6, pkt. 6 ktoś wreszcie pojął (choć znowu prezentuje to karygodny brak spójności zapisów), że „ustala się stosowanie gabarytów” i „ustala się gabaryty” można zapisać jako „nakaz stosowania gabarytów”???</p> <p>41. Zmianę zapisu paragrafu 19, ust. 2, pkt. 8. W obecnej formie jest on niepoprawny stylistycznie i gramatycznie (!Zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych projekcji świetlnych reklam na elewacjach budynków, na płaszczyźnie terenu oraz w przestrzeni powietrznej).</p> <p>42. Wprowadzenie jasnych określeń sygnalizujących, które punkty paragrafu 19, ust. 3 wprowadzają nakazy, które zakazy, a które dopuszczenia.</p> <p>43. Zmianę zapisu paragrafu 19, ust. 3, pkt. 3. W obecnej formie jest on niepoprawny gramatycznie i stylistycznie, a dodatkowo przez namnożenie powtórzeń jest bardzo trudny do zrozumienia (!Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych umieszczanych na budynkach określa się przy zachowaniu łącznej powierzchni tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji budynku znajdujących się w parterze budynku nieprzekraczającej 15% powierzchni elewacji parteru). Proponowany zapis – zgodny z paragrafem 17, ust. 3, pkt. 3 (po wprowadzeniu zmian w zakresie słów „określa się” oraz dopisaniem „nakaz” lub „dopuszczenie”).</p> <p>44. Ujednolicenie zapisu paragrafu 19, ust. 8, pkt. 1 oraz paragrafu 19, ust. 8, pkt. 2 tak, by były zgodne z wcześniej stosowanym zapisem w analogicznym kontekście.</p> <p>45. Zmianę słowa „wykonywania” na „stosowania” w paragrafie 19, ust. 8, pkt. 3.</p> <p>46. Dookreślenie, że paragraf 19, ust. 10 jest dopuszczeniem. Proponowany zapis – „Obowiązuje</p>				
--	--	--	--	--	--	--

			<p>dopuszczenie sytuowania tablic [...] obiektom usług zgodnie z zasadami określonymi w § 21”.</p> <p>47. Wprowadzenie spacji między „§” i „20”.</p> <p>48. Wprowadzenie przecinka po słowach „stanowiących szyldy” w paragrafie 20, ust. 1.</p> <p>49. Przeformułowanie paragrafu 20, ust. 2 tak, by jasno określał które zapisy są zakazami, które nakazami, a które dopuszczeniami. Proponowany zapis – „Obowiązują ogólne zasady sytuowania szyldów: zakaz sytuowania więcej niż jednego szyldu [...]”.</p> <p>50. Przeformułowanie zapisu paragrafu 20, ust. 4, pkt. 1 na bardziej przystępny w odbiorze. Proponowany zapis – „sytuowania szyldów wyłącznie w parterze budynku, w przypadku sytuowania ich na elewacji budynku;”.</p> <p>51. Połączenie paragrafu 20, ust. 4, pkt. 1 oraz paragrafu 20, ust. 4, pkt. 2 jako traktujących o tym samym przypadku.</p> <p>52. W paragrafie 20, ust. 4, pkt. 2 oraz w paragrafie 20, ust. 4, pkt. 5, lit. b występuje określenie „główne bezpośrednio wejście”, które nie jest wyszczególnione na liście pojęć używanych w uchwale (jest „główne zewnętrzne” oraz „bezpośrednie zewnętrzne”). Konieczna weryfikacja, które określenie powinno być użyte lub dopisanie „głównego bezpośredniego wejścia” do listy pojęć i wyjaśnienie jego znaczenia.</p> <p>53. Zmiany słowa „zachowania” w paragrafie 20, ust. 4, pkt. 3 jako wskazującego na utrzymanie stanu obecnego.</p> <p>54. Przeformułowanie paragrafu 20, ust. 4, pkt. 4, lit. c tak, by nie traktował o „sytuowaniu [...] powierzchni szyldów”. Proponowany zapis – „[...] sytuowania dla tych podmiotów szyldów o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 2 m²”.</p> <p>55. Wyjaśnienie (np. w ramach listy pojęć) czym jest „artykulacja budynku”.</p> <p>56. Uproszczenie lub chociażby podzielenie na większą liczbę zdań paragrafu 20, ust. 4, pkt. 4 oraz paragrafu 20, ust. 4, pkt. 5. W obecnej formie zapisy są na tyle skomplikowane i podobne do siebie, że pomimo kilkukrotnego czytania nie sposób ich zrozumieć.</p> <p>57. Zamianę przyimka „na” na przyimek „w” przez słowem „nieruchomości” w paragrafie 20, ust. 4, pkt. 4 oraz paragrafie 20, ust. 4, pkt. 5.</p> <p>58. Usunięcie zapisu „ustala się możliwość” (oznaczającego chyba „dopuszczamy takie prawdopodobieństwo”) ze wszystkich punktów paragrafu 21, ust. 1. W zamian należy wprowadzić jasne określenie zakazów, nakazów i dopuszczeń.</p> <p>59. Usunięcie poetyckiego i niemającego żadnej wymowy prawnej „określa się aby tablice [...]” w paragrafie 21, ust. 2, pkt.</p> <p>60. 1. Konieczna decyzja, czy jest to nakaz czy dopuszczenie.</p> <p>61. Dostosowanie paragrafu 21, ust. 2 do konstrukcji zakaz/nakaz/dopuszczenie.</p> <p>62. Przeformułowanie paragrafu 21, ust. 2, pkt. 2, lit. b (!Określa się rozmieszczenie tablic i urządzeń reklamowych na elewacji budynku o powierzchni 1 m² sytuowanych przy głównym zewnętrznym wejściu do budynku).</p> <p>63. Zamianę słowa „gabaryty” na „wymiary” w paragrafie 21, ust. 2, pkt. 2, lit. d, tiret pierwsze.</p> <p>64. Dostosowanie sposobu zapisu powierzchni z paragrafu 21, ust. 2, pkt. 3 poprzez zaokrąglenie do pierwszego miejsca po przecinku (jak w całym tekście).</p> <p>65. Przeformułowanie zapisu paragrafu 22, ust. 4 tak, by jednoznacznie wskazywał czy traktuje o nakazie czy dopuszczeniu (w tym kontekście dodatkowo słowo „można” pozostaje w lekkiej sprzeczności ze słowem „jedynie”).</p> <p>66. Ujednolicenie sposobu zapisu przedziału paragrafów. W paragrafie 22, ust. 4 występuje zapis „§ 23-26”, natomiast w paragrafie 20, ust. 1 użyto „§ 10 – § 17”.</p> <p>67. Przeformułowanie niezgrabnego określenia „stosowania kolorystyki ogrodzeń w odcieniach [...]” w paragrafie 23, pkt. 3, lit. b (oraz we wszystkich kolejnych wystąpieniach w tekście).</p> <p>68. Ujednolicenie zapisu „min.” i „minimum” w paragrafie 23, pkt. 3, lit. c (oraz we wszystkich kolejnych wystąpieniach w tekście). Proponowany zapis – „minimum”.</p> <p>69. Wprowadzenie przecinka po słowach „ogródków gastronomicznych” w paragrafie 24, pkt. 1, lit. b (oraz w kolejnych wystąpieniach w tekście).</p> <p>70. Przeformułowanie zapisu paragrafu 25, pkt. 3, lit. c.</p> <p>71. Wprowadzenie przecinka po słowie „pełnych” w paragrafie 26, pkt. 2.</p> <p>W celu całkowitego wyeliminowania wszelkich potknięć językowych, stylistycznych i logicznych konieczne byłoby gruntowne przebudowanie uchwały i tworzenie wszystkich zapisów od początku (na zasadzie dopisywania i rozwijania myśli od najbardziej restrykcyjnych po najbardziej liberalne). W obecnej formie czytający odnosi wrażenie, że przepisy są zbyt szczegółowe, zbyt rozbudowane i jest ich zwyczajnie za dużo, co powoduje, że autorzy sami mają problem z zapisaniem ich w jednolity i</p>			
--	--	--	---	--	--	--

				przystępny sposób.				
21.	21.	13.10.2017	[...]*	I. W odniesieniu do nieruchomości oznaczonej jako działka nr 23/76, obr. 31, jedn. ewid. Podgórze: 1. Brak jednoznacznego ustalenia na podstawie planszy nr 2, w którym miejscu działki nr 23/76 kończy się strefa IV krajobrazowa, a zaczyna strefa V krajobrazowa.	23/76 obr. 31 Podgórze	Ad.1 uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.1. Zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście projektu uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały.
				2. Bezpodstawne usytuowanie części działki nr 23/76 w strefie IV, jako strefie krajobrazowej - obszarze ochrony krajobrazu integrującego (główne ulice wjazdowe do miasta), mimo iż w tym terenie główna trasa wjazdowych do Miasta Krakowa prowadzi wzdłuż ulicy Grota-Roweckiego.		Ad.2 uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.2. Zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście projektu uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały.
				3. Wprowadzenie bez żadnego uzasadnienia zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogrodzeniach w IV i V strefie krajobrazowej, w odniesieniu do działki nr 23/76, bez względu na charakter prowadzonej na nieruchomości działalności - tj. działalności usługowej, z którego nie zwalnia również par. 21 Uchwały, dotyczący terenów towarzyszących obiektom usług.			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	Ad.3. Wprowadzenie zakazu sytuowania tablic reklamowych na ogrodzeniach ma na celu zapewnienie ochrony ładu przestrzennego.
				II. w odniesieniu do całego obszaru objętego Uchwałą i treści Uchwały: 4. Pominięcie w Uchwale tzw. Trasy Łagiewnickiej, która ma powstać do 2020 roku, a która obejmować będzie główne ulice wjazdowe do Miasta i która nie przechodzi wzdłuż nieruchomości oznaczonej jako działka nr 23/76 w części od strony ulicy Kobierzyńskiej.		Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.4. Zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście projektu uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały.
				5. Brak jednoznacznej treści przepisu par. 4 ust. 1 pkt 3, w którym zdefiniowano pojęcie billboardu, wskazując, że jest to wielkoformatowa tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, o nie więcej niż dwóch płaszczyznach ekspozycji nie mniejszych niż 5 m kw. Z definicji nie wynika, czy 5 m kw dotyczy każdej z płaszczyzn czy ich łącznej powierzchni. W par. 21 ust. 2 pkt 3 wskazano na powierzchnie reklam - nie więcej niż dwie o powierzchni 2,20 m kw każda. Brak użycia słowa każda w odniesieniu do definicji pojęcia billboardu, oraz takie użycie w innym miejscu Uchwały, wskazuje, że może to być celowe założenie, albo, że doszło do naruszenia zasad poprawnej legislacji.		Ad.5. uwaga uwzględniona		
				6. Podobnie jak wyżej – brak jednoznacznej treści przepisu par. 21 ust. 1 pkt 1, w zakresie czy dozwolone cztery wolnostojące urządzenia reklamowe o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 4 m kw. i wysokości do 3 m kw. dotyczą ich łącznych gabarytów, czy każdy z wolnostojących urządzeń reklamowych może mieć powierzchnię płaszczyzny reklamowej do 4 m kw. i wysokość do 3 m kw.		Ad.6. uwaga uwzględniona		
				7. Błędne oznaczenie przepisu, do którego odwołanie znajduje się w par. 8 ust 1 pkt 1, par. 8 ust. 2 pkt 1, par. 8 ust. 3 pkt 1, tj. do przepisu którego nie ma w Uchwale - par. 7 pkt 3 lit. a i b.		Ad.7. uwaga uwzględniona		
				8. Brak definicji wielkoformatowej tablicy reklamowej, w Uchwale zdefiniowano pojęcie billboardu, jednakże odnosi się ono do pojęcia wielkoformatowa tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, nie jest zatem jednoznaczne, w jakim znaczeniu występuje pojęcie wielkoformatowa tablica reklamowa, czy jest to jakaś podkategoria tablicy reklamowej, czy też odrębne pojęcie i w jakim celu wprowadzono definicję billboardu, odnoszą się w niej do innego pojęcia, nigdzie nie zdefiniowanego - wielkoformatowa tablica reklamowa.		Ad.8. uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.8. Definicja zostanie preredagowana.

				9. Brak jednoznacznej treści definicji pojęcia nazwa podmiotu wiodącego w par. 4 ust. 1 pkt 12. Zdefiniowane pojęcia odnosi się do właściciela, ale nie wiadomo czy jest to właściciel nieruchomości, czy właściciel działalności prowadzonej na nieruchomości.		Ad.9. uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.9. Zapisy projektu uchwały dotyczące definicji zostaną doprecyzowane.
				10. Dowolne i nieuzasadnione przyjęcie w par. 21 ust. 1 pkt 1, że możliwość sytuowania urządzeń reklamowych uzależniona jest od powierzchni min. 0,5 ha terenu towarzyszącego obiektom usług, mimo iż w strefach krajobrazowych II do V, tereny usługowe o takiej powierzchni stanowią mniejszość na mapie Miasta, zatem wprowadzenie rozróżnienia w takiej wysokości stanowi nieuzasadnioną dyskryminację dla terenów mniejszych niż 0,5 ha, na których prowadzona jest działalność o charakterze usługowym. Składający uwagi proponuje zastosowanie rozróżnienia o powierzchni min. 0, 10 ha terenu towarzyszącemu obiektom usług.			Ad.10. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.10. Zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uchwała krajobrazowa może wydzielać w ramach obszaru gminy różne strefy o odmiennych zasadach i warunkach sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W związku z tym, z uwagi na kryteria funkcjonalne, takie obszary w terenie miasta zostały wydzielone. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane.
				11. W konsekwencji projekt Uchwały powinien zostać ponownie przygotowany w szczególności w zakresie definicji pojęć i poprawności oznaczeń i odniesień zawartych w Uchwale, a także w zakresie ustaleń dotyczących granic stref krajobrazowych IV i V.		Ad.11. uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście projektu uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane.
22.	22.	13.10.2017	[...]*	<p>1. §2 ust. 1 uchwały w związku z § 9 ust. 1 uchwały: Wskazane wyżej zapisy pozostają w rozbieżności z wymogami zawartymi w art. 37a ust. 6 i ust. 7 ustawy z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (dalej: u.p.z.p.), gdyż nie określają w sposób jednoznaczny granic obszarów, na które została podzielone Miasto - odsyłając w tym zakresie jedynie do załącznika graficznego. W związku z powyższym część tekstowa uchwały powinna zostać uzupełniona o dokładne określenie granic wyznaczonych stref. Brak szczegółowego określenia granic poszczególnych obszarów będzie powodował negatywne konsekwencje dla adresatów uchwały, gdyż nie będą oni w wielu wypadkach możliwości ustalenia na podstawie samej mapy, czy stanowiące ich własność reklamy przynależą do określonego obszaru, a tym samym będzie to skutkowało rozbieżnościami i kontrowersjami co do tego, do jakich zapisów z uchwały dany jej adresat ma się zastosować.</p>		Ad.1. uwaga uwzględniona		
				<p>2. § 28 ust. 9 uchwały: W projekcie uchwały nie zostały opisane warunki dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwały, co jest wymagane przez art. 37a ust. 9 u.p.z.p. Zapisów zawartych w § 28 ust. 9 projektu jako zbyt ogólnikowych nie można uznać za odpowiadających wymogom ustawowym. Powyższe w sposób zasadniczy odbiega od wymogów ustawowych i powoduje poważne zagrożenie, że po wejściu uchwały w życie nie będzie możliwa jej realizacja w sposób zgodny z prawem. Nie będzie bowiem żadnej procedury, która wskazywałaby w jaki sposób ma nastąpić dostosowanie, w sytuacji kiedy np. istnieją na danym obszarze dwie tablice reklamowe, które spełniają wszelkie wymogi uchwały co do gabarytów, materiałów z których zostały wykonane, a jednocześnie na danym obszarze zgodnie z</p>		Ad.2. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.2. Warunki dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do postanowień uchwały zostaną doprecyzowane

				<p>zapisami uchwały (np. co do minimalnych odległości pomiędzy tablicami) będzie mogła pozostać tylko jedna z nich. Uchwała powinna umożliwić ustalenie, w jaki sposób sytuacje takie będą rozwiązywane. W związku z powyższym uchwała powinna zostać uzupełniona o przepisy określające precyzyjnie warunki na jakich ma zostać dokonane dostosowanie.</p>				
				<p>3. § 5 uchwały: Wspomniany zapis dotyczy przeprowadzania konkursów na elementy wyposażenia przestrzeni publicznych nie wskazując jednak przez jaki podmiot takie konkursy mają być przeprowadzane, a jednocześnie formułując jedynie zalecenie przeprowadzenia takich konkursów, co jest niezgodne z zasadami techniki prawodawczej.</p>			Ad.3. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.3. Zapis §5 zostanie doprecyzowany by spełniał wymogi określone w zasadach techniki prawodawczej dla zapisów aktów prawa.
				<p>4. § 9 ust. 5 i 6 uchwały: Zapisy te wprowadzają wyłączenie spod zakresu obowiązywania uchwały niektórych kategorii tablic reklamowych i urządzeń reklamowych m.in. z uwagi na czas ich powstania (do 1989 roku). Kryterium wyłączenia jest więc w tym wypadku data powstania tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego, nie zaś ich cechy. Skoro zatem uchwała dopuszcza co do zasady, wyłączenie spod jej zapisów tablic i urządzeń reklamowych ze względu na datę ich powstania, to powinno to dotyczyć wszystkich tablic i urządzeń reklamowych powstałych przed datą wejścia w życie uchwały, a w szczególności takich, które zostały umieszczone zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.</p>			Ad.4. uwaga nieuwzględniona	Ad.4. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowanie reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i urządzenia reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim

								zasadach. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.	
								Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Takie ustalenia projektu uchwały mają zapobiegać zbyt częstemu umieszczaniu reklam na rusztowaniu, a równocześnie pozostałe warunki mają na celu ograniczenie wpływu reklam na przestrzeń publiczną.
								Ad.6. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.6. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane, aby uwzględniały zasady techniki prawodawczej.
								Ad.7. uwaga nieuwzględniona	Ad.7. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do dopuszczenia wielkoformatowych tablic i urządzeń reklamowych o w formie siatek, na elewacjach budynków. Postulowana w uwadze możliwość zasłaniania zaniedbanych elewacji budynków (wielokrotnie przysyłane są całe obiekty), jest w tym kontekście działaniem

								negatywnym, które w długofalowym efekcie przyczynia się do podtrzymywania istniejącego stanu technicznego i estetycznego obiektu.
				<p>8. Regulacje dotyczące reklamy na nośnikach elektronicznych: Projekt wprowadza daleko idące ograniczenia w możliwości sytuowania reklamy na elektronicznych nośnikach cyfrowych, zdefiniowanych w uchwale jako „panele reklamowe”, zarówno co do gabarytów, jak i miejsca, w którym mogą być one sytuowane – ograniczając taką możliwość w większości wypadków jedynie do wiat przystankowych. W związku z powyższym Izba wnosi, aby możliwość sytuowania reklam na nośnikach elektronicznych została w sposób znaczny poszerzona. Izba stoi na stanowisku, że możliwość sytuowania tablic reklamowych w formie wyświetlaczy elektronicznych nie powinna być ograniczana.</p>		Ad.8. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.8. Zapisy projektu uchwały w zakresie możliwości sytuowania paneli reklamowych zostaną doprecyzowane również w zakresie parametrów związanych z możliwością sytuowania reklam emitujących światło.
				<p>9. § 11, § 13 ust. 2 pkt 3), § 15, §17 ust. 2 pkt 3), § 19 ust. 2 pkt 3) uchwały: Wymienione wyżej zapisy wyłączają możliwość sytuowania murali reklamowych we wszystkich strefach. Izba postuluje, aby możliwość taka została w uchwale dopuszczona dla każdej ze stref i nie była ograniczana.</p>			Ad.9. uwaga nieuwzględniona	Ad.9. Zaproponowane ograniczenie ma na celu poprawę estetyki miasta.
				<p>10. § 28 ust. 3 uchwały: Uchwała przewiduje wymóg, aby istniejące w dniu wejścia w życie uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały zostały dostosowane do jej zapisów w terminie 24 miesięcy od dnia wejścia uchwały w życie. Izba zarzuca, że okres ten jest zbyt krótki i powinien podlegać wydłużeniu co najmniej do 5 lat.</p>			Ad.10. uwaga nieuwzględniona	Ad.10. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie, umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.
				<p>11. § 13 ust. 2 pkt 8), §17 ust. 2 pkt 8), §18 ust. 1, §19 ust. 2 pkt 8) uchwały: Powyższe zapisy dotyczą umieszczania reklam w formie projekcji świetlnych na elewacjach budynków, na płaszczyźnie terenu oraz w przestrzeni powietrznej. Regulacja ta przekracza zakres ustawowego upoważnienia, gdyż dotyczy form reklamy nie będących tablicami, ani urządzeniami reklamowymi- czyli przedmiotami materialnymi.</p>		Ad.11. uwaga uwzględniona		
				<p>12. Używanie określeń nieprecyzyjnych i niejednoznacznych: W wyłożonym projekcie uchwały wielokrotnie używane są pojęcia nieprecyzyjne, stwarzające możliwość rozbieżnych interpretacji, w szczególności: 1) § 18 ust. 2 pkt 1) „utrudniających swobodne poruszanie się”, 2) § 4 ust. 1 pkt 4) „lub innej przestrzeni publicznej”, 3) § 4 ust. 1 pkt 5) „łączące rozproszone tereny zieleni w spójny system”, 4) § 4 ust. 1 pkt 10) „inne wydarzenia realizowane w przestrzeni publicznej”, 5) § 4 ust. 1 pkt 11) „sztyld podmiotu wskazanego przez właściciela”, 6) § 4 ust. 1 pkt 13) „, stanowiąca jego jednoznaczny i niepowtarzalny wyznacznik”, 7) § 7 ust. 1 pkt 1) lit. a) „,w sposób kolidujący z zachowaniem ciągłości przejść dla pieszych i tras rowerowych”, 8) § 7 ust. 1 pkt 2) „,materiałów o dużej wytrzymałości mechanicznej, konstrukcji o wysokiej odporności na warunki atmosferyczne i dewastację”, 9) § 7 ust. 1 pkt 4) lit. a) „,w ujednocionej stylistyce tworzącej spójną całość w ramach ciągu”. Każdy punkt uwagi posiada swoje uzasadnienie.</p>		Ad.12. uwaga uwzględniona		
23.	23.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o wpisanie do Uchwały zwolnienia obiektu TAURON Areny Kraków i nieobejmowanie TAURON Areny Kraków zakresem zastosowania przedmiotowej Uchwały.			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Nie ma możliwości wyłączenia konkretnych obszarów z zakresu

								obowiązania postanowień uchwały. W przepisach u.p.z.p. nie zostało wskazane upoważnienie do wyłączenia konkretnych obszarów z obowiązywania zapisów uchwały.
24.	24.	13.10.2017	[...]*	1. Wnosi o zmianę definicji baneru, poprzez dodanie dekoracji wykonanych na materiale winylowym. Systemowe nośniki reklamowe w dużej części przypadków wykorzystują właśnie taki materiał (PCV), który jest estetyczny i dużo bardziej praktyczny niż papier. W przypadku nośników podświetlanych dekoracja może być wykonana jedynie na takim materiale. Uchwała krajobrazowa powinna porządkować przestrzeń a nie wprowadzać ograniczenia, których skutkiem będzie wykorzystywanie w reklamie materiałów gorszych jakościowo;		Ad.1. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.1. Zapisy projektu uchwały w zakresie banneru zostaną przeanalizowane i doprecyzowane.
				2. Wnosi o zmianę definicji banneru tak aby odnosiła się jedynie do niewielkich rozmiarowo banerów w dużej liczbie rozwieszanych na płotach czy rusztowaniach, co stanowi jeden z głównych elementów chaosu w przestrzeni publicznej;			Ad.2. uwaga nieuwzględniona	Ad.2. Ograniczenie możliwości sytuowania banerów w przestrzeni publicznej na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego.
				3. Wnosi o zmianę górnej granicy formatu reklamy (do 50 m ²) dla IV i V strefy. Celem reklamy jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Aby osiągnąć ten cel, nośnik reklamowy musi być widoczny. Jednym z parametrów, który o tym decyduje, jest format reklamy, który powinien być dostosowany do możliwości zapoznania się z przekazem reklamowym;			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	Ad.3. Przeprowadzone analizy ukierunkowane na ochronę i porządkowanie przestrzeni publicznych Miasta wskazały na potrzebę ujednoczenia gabarytów tablic i urządzeń reklamowych poprzez określone w projekcie uchwały wymiary. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów..
				4. Zwraca uwagę na fakt, iż zaproponowana definicja „Muralu reklamowego” jest przekroczeniem upoważnienia ustawowego. Warstwa farby nie może być traktowana jako tablica czy urządzenie reklamowe;		Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.4. Definicja muralu reklamowego zostanie doprecyzowana. Definicja ta wprowadza wyróżnienie kategorii reklamy ze względu na jej sposób wykonania i w związku z tym nie narusza przepisów m.p.z.p.
				5. Zwraca uwagę na fakt, iż zapisy dotyczące emisji światła i projekcji świetlnych są przekroczeniem upoważnienia ustawowego. Elewacja budynku nie jest tablicą czy urządzeniem reklamowym, a światło nie jest przedmiotem materialnym, wobec którego można mówić o sytuowaniu;			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce,

					projekcji świetlnych itp. – ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.	
				6. Wnosi o uchylenie zapisów dotyczących odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi oraz ich wysokości . Proponowane rozwiązania w praktyce uniemożliwiają właściwe pod względem skuteczności ustawienie konstrukcji reklamowej, podstawowym kryterium powinna pozostać widoczność reklamy (oczywiście ograniczając liczbę reklam);	Ad.6. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.6. Parametry odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi zostaną zmienione i doprecyzowane. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
				7. Wnosi o dopuszczenie ekranów LED, LCD – nowe technologie pozwalające na emisję reklam kilku - kilkunastu podmiotów w tym samym dniu znacząco wpływają na zmniejszenie liczby konstrukcji reklamowych. Dodatkowo są to niezwykle estetyczne formy reklamy, co zostało dostrzeżone przez władze miasta, które zainwestowały kilkadziesiąt milionów złotych w jeden taki ekran na hali sportowej;	Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.7. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych, a także zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.
				8. Wnosi o określenie warunków dostosowania. Zapisy uchwały nie precyzują podmiotu, który miałby dokonać dostosowania, nie precyzują także, na czym miałyby ono polegać, w jakim trybie i na podstawie jakich przepisów się odbywać oraz z jakim odszkodowaniem dla podmiotów posiadających tytuł prawny do tablic, posadowionych zgodnie z przepisami prawa i na podstawie istniejących w obrocie prawnym decyzji administracyjnych. Zgodnie z art. 2 Konstytucji RP prawodawca, w tym miejscowy, powinien stworzyć regulację przejściową, umożliwiającą wywiązanie się z istniejących umów cywilnoprawnych. Na potrzebę szczegółowego określenia warunków dostosowania, wskazują wyroki WSA w Łodzi z dnia 11 sierpnia 2017 (sygn. II SA/Łd 523/17), oraz WSA z Opola z dnia 5 października 2017;	Ad.8. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.8. Warunki dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zasad określonych w projekcie uchwały zostaną doprecyzowane.
				9. Wskazane terminy dostosowania są zbyt krótkie i stanowią ingerencję w prawa nabyte i interesy w toku, a także konstytucyjnie chronione prawa majątkowe przedsiębiorców i właścicieli nieruchomości. Terminem właściwym dla dostosowania jest okres 5 lat;	Ad.9. uwaga nieuwzględniona	Ad.9. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie uchwały.
				10. Prawa nabyte muszą być bezwzględnie przestrzegane. Niezgodne z Konstytucją RP są działania zmuszające właściciela konstrukcji do jej demontażu w przypadku, gdy wcześniej urząd wydał	Ad.10. uwaga	Ad.10. W projekcie uchwały nie

				prawomocne pozwolenie na budowę lub potwierdził przyjęcie zgłoszenia.			nieuwzględniona	<p>będzie zwolnień z wymogu dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych przy rozróżnieniu legalności ich powstania. Niemniej zasady te zostaną doprecyzowane.</p> <p>Upoważnienie ustawowe wynikające z art. 37a u.p.z.p. nie daje bowiem podstaw do wprowadzenia takich regulacji ochronnych. Priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań które mają na celu ochronę krajobrazu w związku z tym przepisy u.p.z.p. upoważniają gminę do ograniczenia wykonywania prawa własności w akcie prawa miejscowego.</p>
25.	25.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi, aby dla miejsc, w których dochodzi do ustawicznego naruszenia ładu i porządku publicznego, ustanowić indywidualne zasady i warunki sytuowania małej architektury oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, tak aby zabierały one jak najmniej przestrzeni publicznej i umożliwiały skuteczne monitorowanie tych miejsc.</p> <p>Do treści uwagi dołączone jest uzasadnienie.</p>	106/5 obr. 120 Stare Miasto ul. Rynek Kleparski	uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		<p>Zgodnie u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. W zakresie ustaleń dla obiektów małej architektury projekt uchwały odwołuje się do ustawowej definicji obiektu małej architektury wynikającej z Prawa budowlanego i w tym zakresie zasady i warunki sytuowania wiat przystankowych i kiosków handlowych wykraczają poza materię określoną w u.p.z.p.</p> <p>Niemniej jednak, regulacje dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych określone w uchwale precyzują zasady i warunki ich sytuowania w sposób porządkujący przestrzeń publiczną z nadmiaru informacji wizualnej.</p>

26.	26.	13.10.2017	[...]*	Dotyczy § 28.2, §28.9 Brak konkretnych zasad dotyczących dostosowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zawartych w uchwale „zakazów, zasad i warunków ...” Zasady dostosowania winny być szczegółowo opisane ze wszystkimi konsekwencjami dla Miasta.		uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Zapisy zostaną doprecyzowane.
27.	27.	13.10.2017	[...]*	Dotyczy § 4.1.24) Ilekroć w uchwale jest mowa o „terenach towarzyszących obiektom usług ...” Wprowadzenie osobnej definicji (zapisu) dotyczącej „terenów towarzyszących obiektom usług” i nadanie im w dalszej części projektu uchwały specjalnych udogodnień lub preferencji jest niezgodne z prawem. Narusza podstawowe prawo sprawiedliwości społecznej i równego traktowania podmiotów.			uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uchwała krajobrazowa może wydzielać w ramach obszaru gminy różne strefy o odmiennych zasadach i warunkach sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W związku z tym, z uwagi na kryteria funkcjonalne, takie obszary w terenie miasta zostały wydzielone. Zapisy zostaną doprecyzowane.
28.	28.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zapis zezwalający na realizację artystycznych murali będących dziełami sztuki, murali sponsorowanych i reklamowych. Murale, jako wyraz artystycznej wizji, tak stricte artystycznej jak i reklamowej są pożądanym elementem miejskiego krajobrazu i przyczyniają się do upiększania miasta.			uwaga nieuwzględniona	Zapisy projektu uchwały dotyczą jedynie tablic i urządzeń reklamowych wykonanych w formie murali a zakaz ich sytuowania ma na celu poprawę estetyki miasta, równocześnie zapisy uchwały nie mają zastosowania do artystycznych murali nie zawierających przekazu reklamowego zgodnego z określoną w u.p.z.p. definicją reklamy.
29.	29.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zakazu „umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.” i dopuszczenie nowoczesnych technologicznie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w postaci: nośników posiadających „elektroniczne / cyfrowe powierzchnie ekspozycyjne”, wyświetlające stałe obrazy, zmieniające się zgodnie z zapisami „Ustawy krajobrazowej”, ewentualnie z opcją ich wyłączenia w czasie od 24:00 do 6:00, dopasowanych strukturalnie do potencjalnych lokalizacji. Miasto, które ma być SMART nie może odrzucać nowoczesnych technologii, przede wszystkim w zakresie informacji i reklamy. Wprowadzenie nośników posiadających „elektroniczne/cyfrowe powierzchnie ekspozycyjne” daje Miastu, a przede wszystkim jego przedsiębiorcom rozwijające się na całym świecie nowe, ekologicznie i nie uciążliwe możliwości informowania, ostrzegania, powiadamiania, promowania i reklamowania. Każdy ze współczesnych ekranów diodowych (naturalnie wszystkich najnowszych technologii) posiada wielostopniowy system regulowania jasności, w niektórych wypadkach reagujących dynamicznie. Ekran z czujnikami jasności otoczenia są w stanie zmienić swoją jasność w obu kierunkach, w zależności od panujących w ich otoczeniu warunków pogodowych. Ekran nie wyposażony w czujniki sterują swoją jasność za pomocą programowych tabel jasności lub masek szarości, programowo nakładanych na wyświetlany obraz. Obsługa jasności odbywa się w 255 krokach, gdzie 0 oznacza całkowicie ciemny ekran, a 255 świecący z pełną jasnością. Analizując dostępne na rynku jasności ekranów, można uznać, że 1 krok z 255 oznacza zmianę jasności w przedziale 15,67 — 31,37 cd/m kwadratowy. Współczesne możliwości techniczne ekranów wyposażonych w czujniki natężenia światła zewnętrznego pozwalają na bezpieczne określanie ich jasności. Sensory reagują prawie w czasie rzeczywistym (do jednej sekundy). Daje			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapisy uchwały zostaną jednak doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i

				to możliwość automatycznej, szybkiej zmiany jasności ekranu, tak by nie stawał się uciążliwy dla korzystających z przestrzeni publicznej, w tym dla uczestników ruchu.				warunki sytuowania. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
30.	30.	13.10.2017	[...]*	<p>Projekt przedmiotowej uchwały przewiduje na terenie gminy miejskiej Kraków w określonych przez uchwałę pięciu strefach krajobrazowych możliwości „sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych... na zasadach zachowania minimalnej odległości od...” —występuje tu jednocześnie kilka parametrów odległości, które w rzeczywistości obszaru zurbanizowanego Krakowa nigdy nie mogą być jednocześnie spełnione.</p> <p>Wnioskujemy o usunięcie tych zapisów, ponieważ uniemożliwiają one jakiegokolwiek funkcjonowanie wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie gminy miejskiej Kraków - poza tymi reklamującymi przedsięwzięcia plenerowe i należącymi do Miasta!</p> <p>Stanowione prawo musi być pewne, zrozumiałe i dające się stosować w rzeczywistości. Tymczasem proponowane w projekcie uchwały w przedmiotowym zakresie zasady minimalnych odległości nie są możliwe do realizacji. Pozostają zatem wirtualne i mogą wprowadzać w błąd — zasada jest określona, ale możliwości jej zastosowania nie ma. Możliwości funkcjonowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych winny być odpowiednie do otoczenia, przede wszystkim wzdłuż ciągów komunikacyjnych (tu ograniczenia są przewidziane Ustawą o drogach publicznych i nie trzeba ich przywoływać w przedmiotowej Uchwale).</p> <p>Jesteśmy za porządkowaniem przestrzeni publicznej. Zgadaliśmy się na konkretne zmiany w zasadach funkcjonowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych etc. w tejże przestrzeni. Nie zgadzamy się jednak na wykluczenie z tej przestrzeni możliwości prowadzenia działalności reklamowej. A przedmiotowe zapisy tak faktycznie stanowią.</p>			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Parametry odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami i urządzeniami reklamowymi zostaną ponownie przeanalizowane, jednakże w taki sposób, aby ograniczyć ich liczbę w celu ochrony walorów widokowych przestrzeni miasta.
31.	31.	13.10.2017	[...]*	<p>Projekt przedmiotowej uchwały przewiduje na terenie gminy miejskiej Kraków ograniczenia w zakresie formatów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w zakresie wielkości powierzchni ekspozycyjnych). Wnioskujemy o usunięcie tych zapisów, ponieważ uniemożliwiają one wykorzystanie różnych formatów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Nie formaty nośników, a względy lokalizacyjne winny decydować o wielkości formatów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.</p> <p>Przedstawione w projekcie uchwały zapisy w przedmiotowej kwestii są dyskryminujące i traktują wybiórczo stosowanie takich, a nie innych formatów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.</p> <p>Rynek reklamy zewnętrznej dopasowuje się rodzajami nośników reklamowych do konkretnych przestrzeni miejskich i poza obszarami zabudowanymi. Wykorzystuje je w sposób przemyślany i zgodny z koncepcjami architektonicznymi i budowlanymi. Nie akceptuje „dzikiej reklamy” oraz stanowczo odrzuca nadużycia w tej sferze.</p>			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Przeprowadzone analizy ukierunkowane na ochronę i porządkowanie przestrzeni publicznych Miasta wskazały na potrzebę ujednolicenia gabarytów tablic i urządzeń reklamowych poprzez określone w projekcie uchwały wymiary. Niemniej jednak formaty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ulegną nieznacznym korektom, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
32.	32.	13.10.2017	[...]*	<p>W § 5. projektu uchwały, który dotyczy standardów jakościowych zawarty jest zapis: <i>„zaleca się przeprowadzenie konkursów na elementy wyposażenia przestrzeni publicznych...”</i> Wnioskujemy o usunięcie tego zapisu lub jednoznaczne określenie „konieczności” przeprowadzenia konkursów lub ich braku. Zastosowany zapis może prowadzić do podejmowania arbitralnych decyzji przez pracowników samorządowych w zakresie ewentualnych „standardów jakościowych”. Takie rozwiązanie może być korupcyjnego.</p>		uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Zapis §5 zostanie doprecyzowany by spełniał wymogi określone w zasadach techniki prawodawczej dla zapisów aktów prawnych.	
33.	33.	13.10.2017	[...]*	<p>A. Wnosi o uwzględnienie w projekcie uchwały wyłączenia w strefach (II strefa strukturalna — obszar miejski, II strefa krajobrazowa - obszar ochrony krajobrazu istotnego; III strefa krajobrazowa — obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego; IV strefa krajobrazowa — obszar ochrony krajobrazu integrującego) podlegania ograniczeniom stanowionym uchwałą istniejącej i przyszłej działalności autoryzowanych dealerów samochodów i motocykli w salonach sprzedaży oraz autoryzowanych stacji serwisowych samochodowych i motocyklowych.</p>		Ad.A. uwaga nieuwzględniona	Ad.A. Ze względu na wymogi ładu przestrzennego co do zasady wykluczona jest możliwość wyłączenia poszczególnych nieruchomości i ustalenia dla nich odrębnych dotyczących tablic i	

					urządzeń reklamowych. Ze względu na uwarunkowania przestrzenne brak jest podstaw, aby takie wyłączenie obejmowało salony sprzedaży oraz autoryzowane stacje serwisowe samochodów i motocykli.	
				B. W razie nieuwzględnienia powyższej uwagi wnosi o zmianę brzmienia zawartej § 4 ust. 1 pkt 24) definicji terenów towarzyszących obiektom usług w ten sposób, aby minimalna powierzchnia sprzedaży była powyżej 250 m ² : Proponowane brzmienie definicji: tereny towarzyszące obiektom usług — należy przez to rozumieć tereny o minimalnej powierzchni 0,3 ha, w tym służące obsłudze parkingowej wraz z dojazdami i dojazdami do obiektów o funkcji handlowej o powierzchni sprzedaży powyżej 250 m ² lub stacjom paliw wraz z towarzyszącymi im usługami gastronomicznymi;	Ad.B. uwaga nieuwzględniona	Ad.B. Zapisy określające definicję terenów towarzyszących obiektom usług zostaną doprecyzowane, natomiast powierzchnia tych terenów nie ulegnie pomniejszeniu ze względu na wymogi ochrony ładu przestrzennego.
				C. I. W odniesieniu do określonych w § 8 ust. 2 projektu uchwały zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury w II strefie strukturalnej — obszar miejski, wnosi o: 1. w zakresie § 8 ust. 2 pkt 1) dopuszczenie lokalizacji obiektów małej architektury o wysokości do 12 m; 2. w zakresie § 8 ust. 2 pkt 2) lit a): rozszerzenie katalogu dopuszczalnych materiałów budowlanych, z których wykonywane mogą być obiekty małej architektury, o tworzywa sztuczne i tworzywa kompozytowe jak dibond, tubond, etalbond; 3. w zakresie § 8 ust. 2 pkt 2) lit b) - dopuszczenie lokowania obiektów małej architektury o kolorystyce innej niż jasnoszara i wynikająca z naturalnych kolorów materiałów wskazanych w § 8 ust. 2 pkt 2) lit a), w szczególności w kolorach jaskrawych określonych wymaganiami poszczególnych koncernów samochodowych.	Ad. C. uwaga uwzględniona w części	Ad.C. Zostanie poszerzony katalog materiałów, z których będzie można wykonać obiekty małej architektury, natomiast pozostałe zapisy dotyczące obiektów małej architektury zostaną doprecyzowane, o ile szczegółowa analiza uwarunkowań przestrzennych wskaże na zasadność prowadzenia zaproponowanych zmian.
				C.II . W odniesieniu do zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w II strefie krajobrazowej — obszarze ochrony krajobrazu istotnego, wnosi o: Prawidłowe odesłanie to [§ 12] 1) w zakresie § 11 ust. 1: a) dopuszczenie możliwości lokalizacji masztów flagowych o wysokości do 10 — po trzy dla każdej z oferowanych marek pojazdów, tj. w szczególności po 3 na każde 0,2 ha powierzchni terenu; b) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych po jednym dla każdej oferowanej do sprzedaży marce pojazdów o wymiarach: wysokość do 6,5 m, szerokość do 3 m wymiary tablicy reklamowej i sposób podświetlenia zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów, dopuszczenie możliwości podświetlania w kolorze innym niż biały; c) dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic kierunkowych o wymiarach wysokość do 3 m, szerokość do 2 m d) dopuszczenie możliwości oznaczenia miejsc parkingowych zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów; e) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych, tablic kierunkowych w terenie biologicznie czynnym; 2) w zakresie § 11 ust. 1 pkt 2): a) dopuszczenie możliwości sytuowania większej liczby nośników reklamowych — paneli reklamowych, w przypadku gdy w jednym miejscu prowadzona jest działalność polegająca w	Ad.C.II. w zakresie § 11 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.C.III. w zakresie §17 Ze względu na ochronę ładu przestrzennego w II strefie krajobrazowej został ograniczony rodzaj wolnostojących nośników reklamowych, których została dopuszczona w projekcie. Niemniej z uwagi na zmianę granic stref oraz z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych w nowo wyznaczonych strefach w tym zakresie

			<p>szczegółności na sprzedaży dealerskiej pojazdów większej ilości marek;</p> <p>b) dopuszczenie możliwości lokalizacji paneli reklamowych na terenie biologicznie czynnym w szczególności na: zieleńcach, skwerach i trawnikach;</p> <p>3) w zakresie § 11 ust. 4 — poprzez zwiększenie dopuszczalnych parametrów paneli reklamowych do:</p> <p>a) wysokość do 6,5 m;</p> <p>b) szerokość do 3 m;</p> <p>c) głębokość do-0,5 m;</p> <p>d) wymiary tablicy reklamowej do 3 m szerokości i 6 m wysokości;</p> <p>e) światło - bez ograniczeń;</p> <p>f) rodzaj materiałów — oprócz dotychczas dopuszczonych — tworzywa kompozytowe jak dibond, tubond, etalbond,</p>				zapisy projektu uchwały ulegną częściowej zmianie i doprecyzowaniu.
			<p>4) w zakresie § 13 ust. 2 pkt 2) — wyłączenie z zakresu zakazu możliwości lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający okna, drzwi oraz charakterystyczne detale architektoniczne budynku (w szczególności: portale, gzymsy, parapety, balustrady budynku, okiennice);</p> <p>5) w zakresie § 13 ust. 2 pkt 7) — wyłączenie z zakresu zakazu i dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce, w tym podświetlanych zgodnie z wymogami producentów pojazdów;</p> <p>6) w zakresie § 13 ust. 3 pkt 3) – dopuszczenie możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powyżej linii parteru budynku lub gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra, tj. w szczególności w górnej części elewacji w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku.</p> <p>7) w zakresie § 13 ust. 3 – dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w witrynie prowadzonej działalności – od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia - o powierzchni większej niż 1 m² tj. do ok 45 m², stanowiących do 50% powierzchni witryny;</p> <p>8) w zakresie § 13 ust. 3 pkt 2) – dopuszczenie możliwości sytuowania na elewacji budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni większej niż 0,3 m² tj. do 45 m² powierzchni w tym okalających drzwi wejściowe oraz w formie pasa o wysokości do 2m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>9) w zakresie § 13 ust. 3 pkt ppkt c) – dopuszczenie sytuowania na elewacji budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, których łączna powierzchnia stanowi do 60% powierzchni elewacji;</p> <p>10) w zakresie § 13 ust. 3 – dopuszczenie stosowania różnorodnej kolorystyki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych znajdujących się na jednym budynku salonu, dotyczących różnych marek samochodów, których sprzedaż jest prowadzona w jednym miejscu.</p>			Ad.C.II. w zakresie § 13 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.C.III. w zakresie §17 Ze względu na ochronę ładu przestrzennego w II strefie krajobrazowej w projekcie został ograniczony rodzaj dopuszczonych reklam sytuowanych na obiektach i urządzeniach budowlanych. Niemniej z uwagi na zmianę granic stref oraz z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych w nowo wyznaczonych strefach w tym zakresie zapisy projektu uchwały ulegną częściowej zmianie i doprecyzowaniu.
			<p>C.III. W odniesieniu do zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w IV strefie krajobrazowej — obszar ochrony krajobrazu integrującego, wnosi o:</p> <p>1. w zakresie § 16 ust. 1:</p> <p>a) dopuszczenie możliwości lokalizacji masztów flagowych o wysokości do 10 — po trzy dla każdej z oferowanych marek pojazdów tj. w szczególności do trzech dla 0,2 ha powierzchni terenu;</p> <p>b) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych po jednym dla każdej oferowanej do sprzedaży marce pojazdów o wymiarach: wysokość do 6,5 m, szerokość do 3 m wymiary tablicy reklamowej i sposób podświetlenia zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów, dopuszczenie możliwości podświetlania w kolorze innym niż biały;</p> <p>c) dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic kierunkowych o wymiarach wysokość do 3 m, szerokość do 2m bez ograniczeń ilościowych,</p> <p>d) dopuszczenie możliwości oznaczenia miejsc parkingowych zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów bez ograniczeń ilościowych;</p> <p>e) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych, tablic kierunkowych w terenie biologicznie czynnym;</p> <p>2. w zakresie § 16 ust. 3 – poprzez zwiększenie dopuszczalnych parametrów pylonów reklamowych do:</p> <p>a) wysokość do 6,5 m;</p> <p>b) szerokość do 3 m;</p> <p>c) głębokość do- 0,5 m;</p> <p>d) łączna powierzchnia tablic reklamowych umieszczonych na poszczególnych stronach ekspozycji pylonu do 36 m²;</p> <p>e) światło – bez ograniczeń;</p>			Ad.C.III. w zakresie §16 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.C.III. w zakresie §17 Ze względu na ochronę ładu przestrzennego w IV strefie krajobrazowej został ograniczony rodzaj wolnostojących nośników reklamowych, których została dopuszczona w projekcie. Niemniej z uwagi na zmianę granic stref oraz z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych w nowo wyznaczonych strefach w tym zakresie zapisy projektu uchwały ulegną częściowej zmianie

			f) rodzaj materiałów — oprócz dotychczas dopuszczonych — tworzywa kompozytowe jak dibond, tubond, etalbond,				i doprecyzowaniu.
			<p>3. w zakresie § 17 ust. 2 pkt 2) – wyłączenie z zakresu zakazu możliwości lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający okna, drzwi oraz charakterystyczne detale architektoniczne budynku (w szczególności: portale, gzymsy, parapety, balustrady budynku, okiennice), w tym zlokalizowanych okalających drzwi wejściowe oraz w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>4. w zakresie § 17 ust. 2 pkt 7) – wyłączenie z zakresu zakazu i dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce, w tym podświetlanych zgodnie z wymogami producentów pojazdów;</p> <p>5. w zakresie § 17 ust. 3 pkt 1) – dopuszczenie możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powyżej linii parteru budynku, w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>6. w zakresie § 17 ust. 3 - dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w witrynie prowadzonej działalności – od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia - o powierzchni większej niż 1 m² tj. do 45 m², stanowiących do 50% powierzchni witryny, w tym okalających drzwi wejściowe;</p> <p>7. w zakresie § 17 ust. 3 pkt 2) – dopuszczenie możliwości sytuowania na elewacji budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni większej niż 1,5 m² tj. do 45 m², w tym okalających drzwi wejściowe oraz w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>8. w zakresie § 17 ust. 3 pkt 3) – dopuszczenie sytuowania na elewacji budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, których łączna powierzchnia stanowi do 60% powierzchni elewacji;</p> <p>9. w zakresie § 17 ust. 3 – dopuszczenie stosowania różnorodnej kolorystyki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych znajdujących się na jednym budynku salonu, dotyczących różnych marek samochodów, których sprzedaż jest prowadzona w jednym miejscu, w tym w formie pasa o wysokości do 2m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>10. w zakresie § 17 ust. 3 pkt 5) – dopuszczenie stosowania podświetlenia różnych kolorów zgodnie z wymogami producentów marek samochodów, których sprzedaż jest prowadzona w jednym miejscu.</p>			Ad.C.III. w zakresie §17 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.C.III. w zakresie §17 Ze względu na ochronę ładu przestrzennego w IV strefie krajobrazowej w projekcie został ograniczony rodzaj dopuszczonych reklam sytuowanych na obiektach i urządzeniach budowlanych. Niemniej z uwagi na zmianę granic stref oraz z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych w nowo wyznaczonych strefach w tym zakresie zapisy projektu ulegną częściowej zmianie i doprecyzowaniu.
			<p>C.IV. W odniesieniu do zasad i warunków sytuowania szyldów na budynkach zlokalizowanych w II i IV strefie krajobrazowej wnosi o:</p> <p>1) w zakresie § 20 ust. 2 pkt 1) – dopuszczenie sytuowania więcej niż jednego szyldu na elewacji budynku, w którym prowadzona jest działalność i na terenie prowadzonej działalności, w tym formie pasa o wysokości do 2m wzdłuż całej długości elewacji budynku;</p> <p>2) w zakresie § 20 ust 2 pkt 3) – dopuszczenie możliwości lokalizacji szyldów o powierzchni powyżej 1 m² tj. do 45 m² w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>3) w zakresie § 20 ust 2 pkt 5) – dopuszczenie sytuowania szyldów powyżej linii parteru budynku, w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>4) w zakresie § 20 ust 3 pkt 1) – dopuszczenie możliwości lokalizacji szyldów w sposób zasłaniający okna i drzwi oraz charakterystyczne detale architektoniczne budynku w tym okalających drzwi wejściowe oraz w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>5) w zakresie § 20 ust 5 pkt 1) – dopuszczenie sytuowania szyldów powyżej linii parteru budynku, w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>6) w zakresie § 20 ust 4 pkt 25) – dopuszczenie sytuowania szyldów na ścianach innych niż te na których znajduje się główne bezpośrednie wejście do budynku;</p> <p>7) w zakresie § 20 ust 4 pkt 3) – zwiększenie dopuszczalnej powierzchni szyldów na elewacji do 60% powierzchni elewacji;</p> <p>8) w zakresie § 20 ust 4 pkt 4) lit. a) – dopuszczenie możliwości lokalizacji szyldów o powierzchni powyżej 1 m² tj. do 45 m² w tym formie pasa o wysokości do 2m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>9) w zakresie § 20 ust 4 pkt 4) lit. b) – dopuszczenie możliwości lokalizacji szyldów dla pozostałych podmiotów prowadzących działalność w budynku o powierzchni większej niż 0,3 m², tj. do łącznej powierzchni szyldów 45 m², w tym w formie pasa o szerokości do 2m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>10) w zakresie § 20 ust 4 pkt 4) lit. c) – dopuszczenie możliwości sytuowania szyldów dla kilku podmiotów prowadzących działalność w jednym lokalu w parterze budynku o powierzchni większej niż 2 m² tj. do łącznej powierzchni szyldów 45 m², w tym w formie pasa o szerokości do 2 m wzdłuż</p>			Ad.C.IV. w zakresie §20 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.C.IV. w zakresie §20 Ze względu na ochronę ładu przestrzennego została ograniczona ilość tablic i urządzeń reklamowych w formie szyldów z określeniem zasad i warunków ich sytuowania. Niemniej z uwagi na zmianę granic stref oraz z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych w nowo wyznaczonych strefach w tym zakresie zapisy projektu uchwały ulegną częściowej zmianie i doprecyzowaniu.

				<p>całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>11) w zakresie § 20 ust 4 pkt 6) – dopuszczenie możliwości podświetlania szyldów światłem w innych niż biały kolorach, w tym jaskrawym,</p> <p>12) w zakresie § 20 ust 4 pkt 7) – dopuszczenie sytuowania szyldów naklejanych na przeszkleniach witryn w odcieniach innych niż barwy białej, w tym jaskrawych, o różnej strukturze,</p> <p>13) w zakresie § 20 ust 5 – zwiększenie liczby dopuszczalnej ilości szyldów na budynku i obiektach budowlanych dla jednego podmiotu prowadzącego działalność w budynku celem oznaczenia marek wszystkich oferowanych do sprzedaży pojazdów zgodnie z wymogami koncernów samochodowych, w tym dopuszczenie możliwości montażu szyldów w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>14) w zakresie § 20 ust 7 pkt 1) – zwiększenie liczby dopuszczalnej ilości szyldów na elewacji budynku i dopuszczenie możliwości oznaczenia marek wszystkich oferowanych do sprzedaży pojazdów zgodnie z wymogami koncernów samochodowych, w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p>				
				<p>C.V. W odniesieniu do zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów w terenach towarzyszących obiektom usług w II—V strefie krajobrazowej, wnosi o:</p> <p>1) w zakresie § 21 ust. 1 pkt 1):</p> <p>a) dopuszczenie możliwości lokalizacji masztów flagowych o wysokości do 10 — po trzy dla każdej z oferowanych marek pojazdów, tj. w szczególności do trzech na każde 0,2 ha powierzchni terenu;</p> <p>b) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych po jednym dla każdej oferowanej do sprzedaży marce pojazdów o wymiarach: wysokość do 6,5 m, szerokość do 3 m wymiary tablicy reklamowej i sposób podświetlenia zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów, dopuszczenie możliwości podświetlania w kolorze innym niż biały;</p> <p>c) dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic kierunkowych o wymiarach wysokość do 3 m, szerokość do 2m bez ograniczeń ilościowych;</p> <p>d) dopuszczenie możliwości oznaczenia miejsc parkingowych zgodnie z wymogami producentów marek pojazdów bez ograniczeń ilościowych;</p> <p>e) dopuszczenie możliwości lokalizacji pylonów reklamowych, tablic kierunkowych w terenie biologicznie czynnym;</p> <p>2) w zakresie § 21 ust. 1 pkt 2) — poprzez zwiększenie dopuszczalnych parametrów pylonów reklamowych do:</p> <p>a) wysokość do 6,5 m;</p> <p>b) szerokość do 3 m;</p> <p>c) głębokość do 0,5 m;</p> <p>d) łączna powierzchnia tablic reklamowych umieszczonych na jednej ekspozycji pylonu do 18 m²;</p> <p>e) podświetlenie — koro światła bez ograniczeń;</p> <p>f) rodzaj materiałów — oprócz dotychczas dopuszczonych — tworzywa kompozytowe jak dibond, tubond, etalbond,</p> <p>3) w zakresie § 21 ust. 1 pkt 3) — zwiększenie dopuszczalnej wysokości masztu do 10 m oraz dopuszczenia możliwości lokalizacji urządzeń reklamowych w formie chorągwi w liczbie większej niż 3 na każde 0,5 ha terenu w przypadku gdy w danym obiekcie jest prowadzona sprzedaż pojazdów większej ilości marek tj. do trzech na każde 0,2 ha powierzchni terenu;</p> <p>4) w zakresie § 21 ust. 1 pkt 8) — wyłączenie z zakazu i dopuszczenie możliwości lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce, w tym podświetlanych zgodnie z wymogami producentów pojazdów;</p> <p>5) w zakresie § 21 ust. 2 pkt 1) - dopuszczenie możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powyżej linii parteru budynku, w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>6) w zakresie § 21 ust. 2 - dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, szyldów w witrynie prowadzonej działalności - od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia —o powierzchni większej niż 1 m², tj. do 45 m² w tym okalających drzwi wejściowe, stanowiących do 50% powierzchni witryny;</p> <p>7) w zakresie § 21 ust. 2 pkt 2) lit a) - dopuszczenie możliwości sytuowania na elewacji szyldów w ilości większej niż 1 na każde 150 m długości elewacji zawierających oznaczenie marek oferowanych do sprzedaży z danym obiekcie pojazdów zgodnie z wymogami koncernów samochodowych, tj. dopuszczenie możliwości lokalizacji do dwóch szyldów na każde 40 m długości elewacji;</p>			<p>Ad.C.V. w zakresie §21 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem</p>	<p>Ad.C.V. w zakresie §21</p> <p>Ze względu na ochronę ładu przestrzennego w terenach towarzyszących obiektom usług została określona ilość tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów Niemniej z uwagi na okoliczność odpowiedniego doprecyzowania gabarytów poszczególnych nośników reklamowych zapisy projektu uchwały ulegną częściowej zmianie i doprecyzowaniu.</p>

				<p>8) w zakresie § 21 ust. 2 pkt 2) lit b) - dopuszczenie możliwości sytuowania na elewacji szyldów, tablic i urządzeń reklamowych o powierzchni większej niż 1 m², tj. do 45 m²; w ilości większej niż 1 na każde 150 m długości elewacji, tj. do 2 na każde 40 m długości elewacji zawierających oznaczenie marek oferowanych do sprzedaży z danym obiekcie pojazdów zgodnie z wymogami koncernów samochodowych w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>9) w zakresie § 21 ust. 2 - dopuszczenie sytuowania na elewacji budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, szyldów których łączna powierzchnia stanowi do 60% powierzchni elewacji, w tym w formie pasa o wysokości do 2 m wzdłuż całej szerokości elewacji budynku;</p> <p>10) w zakresie § 21 ust. 2 - dopuszczenie stosowania różnorodnej kolorystyki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych znajdujących się na jednym budynku salonu, dotyczących różnych marek samochodów, których sprzedaż jest prowadzona w jednym miejscu.</p> <p>11) w zakresie § 21 ust. 2 - dopuszczenie stosowania podświetlenia różnych kolorów zgodnie z wymogami producentów marek samochodów, których sprzedaż jest prowadzona w jednym miejscu.</p>				
				C.VI. W odniesieniu do zasad i warunków sytuowania ogrodzeń, wnosi o uwzględnienie w treści § 25 pkt 3) lit b) uchwały zastrzeżenia, iż wymogi w zakresie kolorystyki nie dotyczą bram typu szlaban.		Ad. C.VI. uwzględniona		
				C.VII. W odniesieniu do przepisów końcowych, wnoszę zwolnienie z obowiązku dostosowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych, szyldów do zasad i warunków określonych w uchwale nieruchomości wykorzystywanych na dzień wejścia w życie uchwały na działalność w zakresie autoryzowanych serwisów i salonów samochodowych. Uwaga posiada obszerne uzasadnienie.		Ad. C.VII. uwaga nieuwzględniona	Ad.C.VII. Ustawa nie przewiduje możliwości zwolnienia z obowiązku dostosowania do zasad i warunków sytuowania reklam i szyldów. Niemniej zasady te zostaną doprecyzowane.	
34.	34.	13.10.2017	[...]*	<p>1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.</p>		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.</p>		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzeniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały</p>			Ad.3. nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie

					m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym sytuowanych na słupach oświetleniowych, może doprowadzić do istotnego załamania się rynku reklamowego				wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w projekcie uchwały okres 24 miesięcy, co stanowi formę amortyzacji poniesionych kosztów.
					4. Analiza treści koncepcji uchwały wykazała, że przyjęte w niej rozwiązania bezpośrednio naruszają chronione prawem interesy właścicieli nieruchomości, a przede wszystkim podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na rynku reklamy. W sposób pośredni ingerują z kolei w chronione prawem interesy przetłaczającej większości przedsiębiorców z obszaru miasta Krakowa i jego okolic. Do zaistnienia tej sytuacji doszło pomimo tego, iż gmina ma obowiązek wszechstronnego rozważenia interesów poszczególnych grup społecznych i wykazania ponad wszelką wątpliwość, że mniejsza skala ograniczeń uniemożliwi realizację interesu publicznego. Można przy tym odnieść wrażenie, że w rzeczonej sprawie autorzy koncepcji z góry przyjęli, iż nie jest możliwe pogodzenie interesów jednostkowych i ogólnospołecznego oraz przedłożyli interes ogólnospołeczny ponad indywidualne. Rezygnacja z możliwości przyjęcia racjonalnego sposobu ochrony cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta świadczy jednakże o tym, iż w realiach przedmiotowej sprawy interes, którym kierowali się twórcy uchwały stanowi wypaczenie interesu ogólnospołecznego.	Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych w projekcie uchwały.	
					5. Przedstawiona koncepcja uchwały Rady Miasta Krakowa wprowadza zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Konsekwencją wprowadzenia wskazanych w koncepcji nakazów, zakazów i ograniczeń będzie bowiem nie tylko likwidacja ogromnej ilości miejsc pracy, ale również uniemożliwienie dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności stanowią często główne lub jedyne źródło dochodu, oraz poważne problemy z oznaczeniem w przestrzeni publicznej miejsca prowadzenia działalności gospodarczej przez lokalnych przedsiębiorców i międzynarodowe koncerny (kwestia szyldów). Mając na uwadze powyższe trzeba koniecznie podkreślić, że osiągnięcie celów wskazanych w koncepcji uchwały nie powinno być dokonane bez uwzględnienia negatywnych skutków, jakie będą się z tym niewątpliwie wiązać.		Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.	
					6. Na przytoczenie zasługuje w tym miejscu aktualna teza z wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku (sygn. akt: V SA 3718/00, ONSA 2002/3/124), w którym Sąd stwierdził, że: „W		Ad.6. uwaga	Ad.6. Celem wprowadzenia do	

			<p>państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 KPA). Organ orzekający w każdym wypadku ma obowiązek wskazać, o jaki interes ogólny chodzi, i udowodnić, że jest on tak ważny i znaczący, iż bezwzględnie wymaga ograniczenia uprawnień indywidualnych obywatela. Zarówno wykazanie takiego interesu, jak i jego znaczenie, a także przestanki powodujące konieczność przedłożenia w konkretnym wypadku interesu społecznego nad indywidualnym, podlegać muszą wnikliwej kontroli instancyjnej i sądowej, szczególnie wówczas, gdy w ocenie organu w interesie społecznym leży ograniczenie praw obywatela określonych w Konstytucji RP". Tym samym restrykcyjne i bezrefleksyjne trzymanie się ogólnych celów wskazanych w koncepcji uchwały będzie w tym konkretnym stanie faktycznym mniej istotne, a nawet szkodliwe z ogólnospołecznego punktu widzenia, a to właśnie z uwagi na negatywne konsekwencje jakie zaistnieją w sferze indywidualnych interesów na skutek wprowadzenia zbyt restrykcyjnych regulacji prawnych.</p> <p>Zgodnie z brzmieniem art. 31 ust 3 Konstytucji „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw". Jest to zatem równoznaczne z obowiązkiem zachowania proporcjonalności zastosowanych środków w stosunku do zamierzonego celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu". Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki".</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy.</p>		nieuwzględniona	<p>u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny.</p> <p>Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny.</p> <p>Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.</p>	
			<p>7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepku kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednoczenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby</p>			<p>Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem</p>	<p>Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.</p>

			<p>również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.</p>			
			<p>8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.</p>		Ad.8. uwaga uwzględniona	Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			<p>9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.</p>		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione, aby nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p.
			<p>10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.</p>		Ad.10. uwaga uwzględniona	
			<p>11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej”.</p>		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane projektu uchwały.
			<p>12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z</p>		Ad.12. uwaga uwzględniona	

			<p>tęgo względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały”.</p> <p>Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i niezgodne z przepisami prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.</p>			
			<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych" — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna", „wysoka odporność na dewastację" — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test "konieczności w demokratycznym państwie prawnym". Nie wystarczy zatem sama celowość, pożyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka".</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane, aby uwzględniały zasady techniki prawodawczej.
			<p>14. Wątpliwości budzą w szczególności zawarte w projekcie uchwały zapisy zakazujące sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na słupach oświetleniowych oraz w słupie powietrza nad drogami publicznymi i placami. W projekcie uchwały co do zasady dopuszczono bowiem jedynie lokalizowanie tablic i urządzeń reklamowych na słupach oświetleniowych na czas trwania przedsięwzięć plenerowych. Przedmiotowy zakaz stanowi bardzo istotne ograniczenie mając na uwadze przedmiot działalności mojego mocodawcy. Równocześnie natomiast z okoliczności sprawy nie wynika, aby dla realizacji celów uchwały niezbędne było wprowadzenie aż tak daleko idącego zakazu. Zdaniem mojego mocodawcy wystarczające jest bowiem jedynie nakazanie usunięcia reklam, które zostały usytuowane w sposób nielegalny.</p>		Ad.14. uwaga nieuwzględniona	Ad.14. Ograniczenie sytuowanie reklam przy trasach komunikacyjnych stanowi jedno z głównych założeń projektu uchwały ze względu na potrzebę ochrony ładu przestrzennego.

			<p>15. W tym miejscu należy przede wszystkim wskazać na to, że projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.</p>			Ad.15. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.15. W projekcie uchwały nie będzie zwolnień z wymogu dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych przy rozróżnieniu legalności ich powstania. Niemniej zasady te zostaną doprecyzowane. Upoważnienie ustawowe wynikające z art. 37a u.p.z.p. nie daje bowiem podstaw do wprowadzenia regulacji ochronnych, priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które mają na celu ochronę krajobrazu w związku z tym przepisy u.p.z.p. upoważniają gminę do ograniczenia wykonywania prawa własności w akcie prawa miejscowego.</p>
			<p>16. Ponadto należy podnieść z pełną stanowczością, że dla uzyskania celów wskazanych w § 3 projektu uchwały w pełni wystarczające jest potencjalne uregulowanie formatu i estetyki tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych na słupach oświetleniowych. Równocześnie można rozważyć również określenie częstotliwości sytuowania przedmiotowych tablic i urządzeń poprzez wskazanie minimalnych odległości jakie muszą zostać zachowane pomiędzy nimi.</p>			Ad.16. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.16. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego.</p>
			<p>17. Niezależnie od powyższego należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane w branży reklamowej mają najczęściej charakter umów długoterminowych. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.</p>			Ad.17. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.17. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie uchwały.</p>
			<p>18. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstąpienie powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.</p>			Ad.18. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.18. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.</p>

35.	35.	13.10.2017	[...]*	<p>1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.</p>		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.</p>		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym sytuowanych na słupach oświetleniowych, może doprowadzić do istotnego załamania się rynku reklamowego.</p>			Ad.3. nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w projekcie uchwały okres 24 miesięcy, co stanowi formę amortyzacji poniesionych kosztów.
				<p>4. Analiza treści koncepcji uchwały wykazała, że przyjęte w niej rozwiązania bezpośrednio naruszają chronione prawem interesy właścicieli nieruchomości, a przede wszystkim podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na rynku reklamy. W sposób pośredni ingerują z kolei w chronione prawem interesy przetwarzającej większości przedsiębiorców z obszaru miasta Krakowa i jego okolic. Do zaistnienia tej sytuacji doszło pomimo tego, iż gmina ma obowiązek wszechstronnego rozważenia interesów poszczególnych grup społecznych i wykazania ponad wszelką wątpliwość, że mniejsza skala ograniczeń uniemożliwi realizację interesu publicznego. Można przy tym odnieść wrażenie, że w rzeczonej sprawie autorzy koncepcji z góry przyjęli, iż nie</p>		Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.

				jest możliwe pogodzenie interesów jednostkowych i ogólnospołecznego oraz przedłożyli interes ogólnospołeczny ponad indywidualne. Rezygnacja z możliwości przyjęcia racjonalnego sposobu ochrony cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta świadczy jednakże o tym, iż w realiach przedmiotowej sprawy interes, którym kierowali się twórcy uchwały stanowi wypaczenie interesu ogólnospołecznego.				
				5. Przedstawiona koncepcja uchwały Rady Miasta Krakowa wprowadza zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Konsekwencją wprowadzenia wskazanych w koncepcji nakazów, zakazów i ograniczeń będzie bowiem nie tylko likwidacja ogromnej ilości miejsc pracy, ale również uniemożliwienie dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności stanowią często główne lub jedyne źródło dochodu, oraz poważne problemy z oznaczeniem w przestrzeni publicznej miejsca prowadzenia działalności gospodarczej przez lokalnych przedsiębiorców i międzynarodowe koncerny (kwestia szyldów). Mając na uwadze powyższe trzeba koniecznie podkreślić, że osiągnięcie celów wskazanych w koncepcji uchwały nie powinno być dokonane bez uwzględnienia negatywnych skutków, jakie będą się z tym niewątpliwie wiązać.			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
				6. Na przytoczenie zasługuje w tym miejscu aktualna teza z wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku (sygn. akt: V SA 3718/00, ONSA 2002/3/124), w którym Sąd stwierdził, że: „W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 KPA). Organ orzekający w każdym wypadku ma obowiązek wskazać, o jaki interes ogólny chodzi, i udowodnić, że jest on tak ważny i znaczący, iż bezwzględnie wymaga ograniczenia uprawnień indywidualnych obywatela. Zarówno wykazanie takiego interesu, jak i jego znaczenie, a także przestanki powodujące konieczność przedłożenia w konkretnym wypadku interesu społecznego nad indywidualnym, podlegać muszą wnikliwej kontroli instancyjnej i sądowej, szczególnie wówczas, gdy w ocenie organu w interesie społecznym leży ograniczenie praw obywatela określonych w Konstytucji RP”. Tym samym restrykcyjne i bezrefleksyjne trzymanie się ogólnych celów wskazanych w koncepcji uchwały będzie w tym konkretnym stanie faktycznym mniej istotne, a nawet szkodliwe z ogólnospołecznego punktu widzenia, a to właśnie z uwagi na negatywne konsekwencje jakie zaistnieją w sferze indywidualnych interesów na skutek wprowadzenia zbyt restrykcyjnych regulacji prawnych. Zgodnie z brzmieniem art. 31 ust 3 Konstytucji „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw”. Jest to zatem równoznaczne z obowiązkiem zachowania proporcjonalności zastosowanych środków w stosunku do zamierzonego celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.

			<p>jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu". Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki".</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy</p>			
			<p>7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepku kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednolicenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.</p>		Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.
			<p>8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.</p>		Ad.8. uwaga uwzględniona	Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			<p>9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.</p>		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione, aby nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p..
			<p>10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.</p>		Ad.10. uwaga uwzględniona	

		<p>11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot „może zawierać” prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej”.</p>		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
		<p>12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały”.</p> <p>Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i niezajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.</p>		Ad.12. uwaga uwzględniona		
		<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych" — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna", „wysoka odporność na dewastację" — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane, aby uwzględniały zasady techniki prawodawczej.

				roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test „konieczności w demokratycznym państwie prawnym”. Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę – w odniesieniu do użytego środka”.			
			14. Koniecznie trzeba sprzeciwić się przyjętemu w projekcie uchwały założeniu eliminacji reklam wykorzystujących projekcje świetlne lub ruchome, emitujące światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekrany LED, LCD, itd. Podniesienia bowiem wymaga, że przedmiotowe formy reklamy stanowią rozwiązania, które nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach wypierają dotychczasowe formy reklamy zewnętrznej. Tym samym, wprowadzenie przedmiotowego zakazu spowoduje, że rozwój form reklamy na terenie Krakowa zostanie zahamowany i ograniczy się jedynie do stosowania przestarzałych rozwiązań. Eliminacja powyższej formy reklamy nie ma przy tym jakiegokolwiek uzasadnienia, w tym nie jest niezbędna do realizacji celów wskazanych w § 3 procedowanej uchwały, a przede wszystkim z chęcią wyeliminowania natłoku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obszarze miasta Krakowa. Urządzenia te bowiem pozwalają na wyświetlanie nieograniczonej liczby reklam, a nie tylko jednej. Jednocześnie wypada zaznaczyć, że nowoczesne ekrany LED wyświetlają obrazy w sposób, który przy zastosowaniu odpowiedniej technologii nie różni się obecnie pod względem efektów wizualnych od wyglądu tradycyjnego plakatu wykonanego w formie papierowej, a częstotliwość zmiany obrazu można regulować.		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.14. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Niemniej jednak zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.	
			15. Odnośnie do słupów plakatowo-reklamowych istnieje we wszystkich strefach ogólna zasada, iż jako tablica reklamowa ma być stosowany wyłącznie plakat papierowy (I-II, V strefa) lub inne reklamy papierowe (II i V strefa), a powinno się z przyczyn wyżej wymienionych umożliwić również stosowanie telebimów, ekranów LED, LCD itp.		Ad.15. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.15. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.	
			16. Stosowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych jest możliwe wyłącznie w strefach II i V, albowiem zaprezentowana koncepcja uchwały w strefach krajobrazowych III (obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego) i IV (obszar ochrony krajobrazu integrującego — główne ulice wjazdowe do miasta) expressis verbis całkowicie, a w strefie I de facto do celów reklamowych, wyłącza możliwość sytuowania słupów plakatowo-reklamowych, co stanowi zbyt daleko idące ograniczenie stosowania reklamy w tej formie zwłaszcza, iż wedle postanowień uchwały słupy te mają mieć reprezentacyjną bryłę, a tym samym możliwość sytuowania ich w rzeczonych strefach nie		Ad.16. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.16. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.	

				<p>miałaby negatywnego wpływu na jakość przestrzeni publicznej, a wręcz przeciwnie, ubogacałyby ją. Należy w tym miejscu podkreślić, że z uwagi na przyczyny wymienione poniżej w pkt. 5 sytuowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych będzie możliwe praktycznie jedynie w strefie V.</p>			
				<p>17. Projekt uchwały krajobrazowej jest w odniesieniu do słupów plakatowo-reklamowych w tzw. I strefie krajobrazowej bardziej restrykcyjny niż postanowienia uchwały nr CXV/1547/10 Rady Miasta Krakowa z dnia 3 listopada 2010 r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto, którą uchwalono w celu ochrony krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego Starego Miasta i Plant Krakowskich wraz ze Wzgórzem Wawelskim i jego otoczeniem, będącym obszarem wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO oraz do rejestru zabytków, a mianowicie uchwała krajobrazowa ogranicza przeznaczenie słupów plakatowo-reklamowych do umieszczania na nich wyłącznie informacji o bieżących wydarzeniach kulturalnych, podczas gdy uchwała o Parku Kulturowym dopuszcza stosowanie reklam, nie wprowadzając w tej kwestii jakichkolwiek ograniczeń.</p> <p>Jednocześnie uchwała krajobrazowa w sposób całkowicie nieuzasadniony przewiduje mniejsze gabaryty stosowanych słupów plakatowo-reklamowych w stosunku do uchwały o Parku Kulturowym tj. odpowiednio: wysokość powierzchni ekspozycji do 2,3 m (do ok. 3 m) oraz średnica walca stanowiącego powierzchnię ekspozycji do 1,2 m (do 1,4 m), co w sposób znaczny zmniejsza możliwą powierzchnię reklamową.</p> <p>Obecnie stosowane rozwiązania sprawdzają się i zapewniają pełną ochronę krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego oraz stanowią przykład kompromisu (słupy mają ściśle wyznaczoną lokalizację na załączniku graficznym) pomiędzy potrzebami ładu przestrzennego, a stosowaniem reklam w przestrzeni publicznej. Tym samym postanowienia uchwały krajobrazowej winny być w tym zakresie tożsame z przepisami uchwały o Parku Kulturowym.</p>		Ad.17. uwaga uwzględniona	
				<p>18. Abstrahując od powołanej w ogólnych uwagach przedmiotowego pisma kwestii naruszenia przez postanowienia uchwały art. 37a u.p.z.p. w zw. z art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych, należy stanowczo zaznaczyć, że zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie słupów plakatowo-reklamowych w II strefie (obszar ochrony krajobrazu istotnego — Nowa Huta, strefa buforowa obszaru wpisanego na listę UNESCO) tj. zachowanie minimalnej:</p> <p>a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m, b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, c. odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi — 80 m d. szerokości przejścia nie mniejszej niż 2 m w przypadku sytuowania na chodniku, oraz zakaz sytuowania w strefie 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, a w strefie od 50 m do 100 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań możliwość sytuowania maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz zakaz sytuowania słupów plakatowo-reklamowych na terenie biologicznie czynnym w szczególności na: zieleńcach, skwerach i trawnikach, faktycznie wyłączają możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, albowiem warunkom tym odpowiadać będzie literalnie marginalna liczba miejsc, przy czym gmina uzyskuje w wyniku tych regulacji de facto monopol na reklamę na tym obszarze, gdyż w dalszym ciągu prezentowanie treści reklamowych będzie możliwe w ramach licznych wiat przystankowych.</p> <p>Jednocześnie zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie słupów plakatowo-reklamowych w V strefie (obszar ochrony krajobrazu lokalnego) tj. zachowanie minimalnej:</p> <p>a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m; b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, c. odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi lub panelami reklamowymi — 50 m; d. szerokości przejścia — 2 m — w przypadku sytuowania ich na chodniku; wraz z nakazem sytuowania maksymalnie dwóch urządzeń reklamowych w strefie do 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, powodują, iż możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, czyli na całym zurbanizowanym obszarze miasta Krakowa poza ścisłym śródmieściem i centrum Nowej Huty będzie w sposób znaczny ograniczona, co nie znajduje jakiegokolwiek uzasadnienia dla kształtowania ładu przestrzennego, a przy tym nie uwzględnia</p>		Ad.18. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.18. Granice stref a także parametry odległości między słupami plakatowo-reklamowymi i wolnostojącymi tablicami reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione po przeprowadzeniu analiz.

				odmienności i charakteru gospodarczego, funkcjonalnego, rozwojowego oraz architektoniczno-urbanistycznego powołanych dzielnic. Rozważania na temat wiat przystankowych mają tutaj odpowiednie zastosowanie.				
				19. Wątpliwości budzi również ograniczenie — w przypadku słupów plakatowo-reklamowych — stosowania światła barwy białej do podświetlania wyłącznie do V strefy i możliwości stosowania przeszklonych gablot wykonanych z szyby bezpiecznej (bezodłamkowej) jedynie do strefy II i V jako nieznajdujące oparcia w celach przyświecających sporządzeniu projektu kwestionowanej uchwały. Stosowanie obu parametrów bowiem istotnie poprawia funkcjonalność i estetykę słupów oraz odpowiada współczesnym trendom.		Ad.19. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.19. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania słupów plakatowo-reklamowych z określeniem dla nich nowych gabarytów i standardów jakościowych, w tym z uwzględnieniem możliwości emisji światła.
				20. Projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.
				21. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, a także standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Kryterium, w oparciu o które powinno się decydować o pozostaniu danej tablicy oraz urządzenia reklamowanego w przestrzeni publicznej powinno stanowić legalność usytuowania oraz odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa. Kwestią nieistotną powinna być natomiast data, w której dana reklama została zrealizowana.			Ad.21. uwaga nieuwzględniona	Ad.21. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów

							z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie uchwały, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowanie reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.
			22. Podjęcie uchwały w obecnej jej treści spowoduje istotne negatywne konsekwencje społeczno-gospodarcze. Po pierwsze bowiem wejście w życie omawianej uchwały skutkować będzie likwidacją ogromnej liczby miejsc pracy. Przeprowadzona w tym zakresie analiza wykazała, że w takim wypadku likwidacji ulegną setki a nawet tysiące stanowisk pracy. Na przedmiotową liczbę składają się bowiem nie tylko osoby zatrudnione bezpośrednio w firmach reklamowych, ale również osoby świadczące pracę w firmach zewnętrznych pośrednio związanych z przedmiotową branżą w tym osoby zatrudnione w drukarniach, czy też przy produkcji i montażu elementów tablic i urządzeń reklamowych. Z drugiej strony wejście w życie omawianej uchwały wpłynie negatywnie na możliwość dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności często stanowią główne lub jedyne źródło dochodu.			Ad.22. nieuwzględniona	Ad.22. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
			23. Ponadto należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane w branży reklamowej mają najczęściej charakter umów długoterminowych. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto			Ad.23. uwaga nieuwzględniona	Ad.23. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwał umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu

				zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.				nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie uchwały.
				24. Projekt uchwały w żaden sposób nie uwzględnia uprawnień nabytych przed wejściem uchwały w życie. Zdaniem mojego mocodawcy urządzenia reklamowe wykonane w sposób legalny na podstawie uzyskanych pozwoleń administracyjnych powinny być wyłączone spod zakresu działania przedmiotowej uchwały, gdyż w przeciwnym wypadku uchwała będzie de facto pozbawiać uprawnień uzyskanych zgodnie z prawem, które podlegają ochronie w świetle obowiązującej Konstytucji RP. W tym zakresie należy podkreślić, że ochrona praw nabytych jest jedną z podstawowych zasad państwa prawa, która wiąże się ściśle z zasadą nieretroaktywności prawa. Za niedopuszczalną należy zatem uznać sytuację, w której inwestor po wykonaniu obiektu reklamowego na podstawie stosownych pozwoleń administracyjnych (np. pozwolenia na budowę) będzie następnie zobowiązany do zlikwidowania wykonanego urządzenia pod groźbą bardzo wysokich sankcji administracyjnych.			Ad.24. uwaga nieuwzględniona	Ad.24. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwi gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności
				25. Należy zauważyć, że w obowiązujących na terenie gminy miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego określone zostały odpowiednie zasady dotyczące kwestii ogrodzeń i reklam. Tym samym wprowadzenie bardziej radykalnych rozwiązań jest zupełnie niecelowe i niepotrzebne.			Ad.25. uwaga nieuwzględniona	Ad.25. Wprowadzenie kompleksowych regulacji dotyczących całego obszaru miasta ma na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego. Wprowadzenie bardziej rygorystycznych rozwiązań ma na celu ułatwienie pieszym dostępu do poszczególnych terenów, które ze względu na swoją funkcję posiadają charakter terenów ogólnodostępnych.
				26. Istotne wątpliwości budzi również wyznaczenie jedynie 5 stref krajobrazowych, na które podzielony został teren Gminy Miejskiej Kraków. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że tereny poszczególnych dzielnic miasta istotnie różnią się w zakresie form reklamy zewnętrznej. Inne zasady i zwyczaje istnieją na terenie przykładowo Wróblowic i Swoszowic, a inne w rejonie Błoń, ulicy Mazowieckiej, czy też ulicy Królewskiej. Tymczasem przedmiotowe tereny zostały włączone do tej samej strefy krajobrazowej, co nawet w najmniejszym stopniu nie uwzględnia indywidualnych uwarunkowań występujących na przedmiotowych terenach.			Ad.26. uwaga nieuwzględniona	Ad.26. Podział na strefy ma na celu czytelne określenie zasad dla poszczególnych terenów, granice stref zostaną ponownie zweryfikowane.

				27. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstąpienie powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.			Ad.27. uwaga nieuwzględniona	Ad.27. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
36.	36.	13.10.2017	[...]*	1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Krakowie, a przede wszystkim rynku tzw. reklamy systemowej.			Ad.3. nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w uchwale okres 24 miesięcy okres, co stanowi formę amortyzacji

								poniesionych kosztów.
						Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
							Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
							Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają

				<p>potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu”. Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki”.</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy</p>			zasadę proporcjonalności.
			7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepkę kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednoczenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.		Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.
			8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.		Ad.8. uwaga uwzględniona		Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione by nie wykraczały poza zakres

			uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.				delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p.
			10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.		Ad.10. uwaga uwzględniona		
			11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej".		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
			12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały". Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i nieznajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.		Ad.12. uwaga uwzględniona		
			13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale		Ad.13. uwaga uwzględniona		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie

			<p>posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych” — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna”, „wysoka odporność na dewastację” — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test „konieczności w demokratycznym państwie prawnym”. Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka.</p>	z zastrzeżeniem	przeanalizowane i doprecyzowane by uwzględniły zasady techniki prawodawczej.
		14. Koniecznie trzeba sprzeciwić się przyjętemu w projekcie uchwały założeniu eliminacji reklam wykorzystujących projekcje świetlne lub ruchome, emitujące światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekrany LED, LCD, itd. Podniesienia bowiem wymaga, że przedmiotowe formy reklamy stanowią rozwiązania, które nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach wypierają dotychczasowe formy reklamy zewnętrznej. Tym samym, wprowadzenie przedmiotowego zakazu spowoduje, że rozwój form reklamy na terenie Krakowa zostanie zahamowany i ograniczy się jedynie do stosowania przestarzałych rozwiązań. Eliminacja powyższej formy reklamy nie ma przy tym jakiegokolwiek uzasadnienia, w tym nie jest niezbędna do realizacji celów wskazanych w § 3 procedowanej uchwały, a przede wszystkim z chęcią wyeliminowania natłoku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obszarze miasta Krakowa. Urządzenia te bowiem pozwalają na wyświetlanie nieograniczonej liczby reklam, a nie tylko jednej. Jednocześnie wypada zaznaczyć, że nowoczesne ekrany LED wyświetlają obrazy w sposób, który przy zastosowaniu odpowiedniej technologii nie różni się obecnie pod względem efektów wizualnych od wyglądu tradycyjnego plakatu wykonanego w formie papierowej, a częstotliwość zmiany obrazu można regulować.	Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.14. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Niemniej jednak zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.	
		15. Odnośnie do słupów plakatowo-reklamowych istnieje we wszystkich strefach ogólna zasada, iż jako tablica reklamowa ma być stosowany wyłącznie plakat papierowy (I-II, V strefa) lub inne reklamy papierowe (II i V strefa), a powinno się z przyczyn wyżej wymienionych umożliwić również stosowanie telebimów, ekranów LED, LCD itp.	Ad.15. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.15. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla	

							nich ustalone zasady i warunki sytuowania.
			16. Stosowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych jest możliwe wyłącznie w strefach II i V, albowiem zaprezentowana koncepcja uchwały w strefach krajobrazowych III (obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego) i IV (obszar ochrony krajobrazu integrującego — główne ulice wjazdowe do miasta) <i>expressis verbis</i> całkowicie, a w strefie I <i>de facto</i> do celów reklamowych, wyłącza możliwość sytuowania słupów plakatowo-reklamowych, co stanowi zbyt daleko idące ograniczenie stosowania reklamy w tej formie zwłaszcza, iż wedle postanowień uchwały słupy te mają mieć reprezentacyjną bryłę, a tym samym możliwość sytuowania ich w rzeczonych strefach nie miałyby negatywnego wpływu na jakość przestrzeni publicznej, a wręcz przeciwnie, ubogacałyby ją. Należy w tym miejscu podkreślić, że z uwagi na przyczyny wymienione poniżej w pkt. 5 sytuowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych będzie możliwe praktycznie jedynie w strefie V.		Ad.16. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.16. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.
			17. Projekt uchwały krajobrazowej jest w odniesieniu do słupów plakatowo-reklamowych w tzw. I strefie krajobrazowej bardziej restrykcyjny niż postanowienia uchwały nr CXV/1547/10 Rady Miasta Krakowa z dnia 3 listopada 2010 r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto, którą uchwalono w celu ochrony krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego Starego Miasta i Plant Krakowskich wraz ze Wzgórzem Wawelskim i jego otoczeniem, będącym obszarem wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO oraz do rejestru zabytków, a mianowicie uchwała krajobrazowa ogranicza przeznaczenie słupów plakatowo-reklamowych do umieszczania na nich wyłącznie informacji o bieżących wydarzeniach kulturalnych, podczas gdy uchwała o Parku Kulturowym dopuszcza stosowanie reklam, nie wprowadzając w tej kwestii jakichkolwiek ograniczeń. Jednocześnie uchwała krajobrazowa w sposób całkowicie nieuzasadniony przewiduje mniejsze gabaryty stosowanych słupów plakatowo-reklamowych w stosunku do uchwały o Parku Kulturowym tj. odpowiednio: wysokość powierzchni ekspozycji do 2,3 m (do ok. 3 m) oraz średnica walca stanowiącego powierzchnię ekspozycji do 1,2 m (do 1,4 m), co w sposób znaczny zmniejsza możliwą powierzchnię reklamową. Obecnie stosowane rozwiązania sprawdzają się i zapewniają pełną ochronę krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego oraz stanowią przykład kompromisu (słupy mają ściśle wyznaczoną lokalizację na załączniku graficznym) pomiędzy potrzebami ładu przestrzennego, a stosowaniem reklam w przestrzeni publicznej. Tym samym postanowienia uchwały krajobrazowej winny być w tym zakresie tożsame z przepisami uchwały o Parku Kulturowym.		Ad.17. uwaga uwzględniona		
			18. Abstrahując od powołanej w ogólnych uwagach przedmiotowego pisma kwestii naruszenia przez postanowienia uchwały art. 37a u.p.z.p. w zw. z art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych, należy stanowczo zaznaczyć, że zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie słupów plakatowo-reklamowych w II strefie (obszar ochrony krajobrazu istotnego — Nowa Huta, strefa buforowa obszaru wpisanego na listę UNESCO) tj. zachowanie minimalnej: a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m, b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, c. odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi — 80 m d. szerokości przejścia nie mniejszej niż 2 m w przypadku sytuowania na chodniku, oraz zakaz sytuowania w strefie 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, a w strefie od 50 m do 100 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań możliwość sytuowania maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz zakaz sytuowania słupów plakatowo-reklamowych na terenie biologicznie czynnym w szczególności na: zieleńcach, skwerach i trawnikach, faktycznie wyłączają możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, albowiem warunkom tym odpowiadać będzie literalnie marginalna liczba miejsc, przy czym gmina uzyskuje w wyniku tych regulacji <i>de facto</i> monopol na reklamę na tym obszarze, gdyż w dalszym ciągu prezentowanie treści reklamowych będzie możliwe w ramach licznych wiat przystankowych. Jednocześnie zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w		Ad.18. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.18. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.

				<p>formie słupów plakatowo-reklamowych w V strefie (obszar ochrony krajobrazu lokalnego) tj. zachowanie minimalnej:</p> <p>a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m;</p> <p>b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, Ad.5. Uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem</p> <p>c. odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi lub panelami reklamowymi — 50 m;</p> <p>d. szerokości szerokość przejścia — 2 m —w przypadku sytuowania ich na chodniku; wraz z nakazem sytuowania maksymalnie dwóch urządzeń reklamowych w strefie do 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, powodują, iż możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, czyli na całym zurbanizowanym obszarze miasta Krakowa poza ścisłym śródmieściem i centrum Nowej Huty będzie w sposób znaczny ograniczona, co nie znajduje jakiegokolwiek uzasadnienia dla kształtowania ładu przestrzennego, a przy tym nie uwzględnia odmienności i charakteru gospodarczego, funkcjonalnego, rozwojowego oraz architektoniczno-urbanistycznego powołanych dzielnic. Rozważania na temat wiat przystankowych mają tutaj odpowiednie zastosowanie.</p>				
			<p>19. Wątpliwości budzi również ograniczenie — w przypadku słupów plakatowo-reklamowych — stosowania światła barwy białej do podświetlania wyłącznie do V strefy i możliwości stosowania przeszklonych gablot wykonanych z szyby bezpiecznej (bezodłamkowej) jedynie do strefy II i V jako nieznajdujące oparcia w celach przyświecających sporządzeniu projektu kwestionowanej uchwały. Stosowanie obu parametrów bowiem istotnie poprawia funkcjonalność i estetykę słupów oraz odpowiada współczesnym trendom.</p>		Ad.19. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.19. Zapisy uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania słupów plakatowo-reklamowych z określeniem dla nich nowych gabarytów i standardów jakościowych, w tym z uwzględnieniem możliwości emisji światła.	
			<p>20. Projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.</p>			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.	
			<p>21. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, a także standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Kryterium, w oparciu o które powinno się decydować o pozostaniu danej tablicy oraz urządzenia reklamowanego w przestrzeni publicznej powinno stanowić legalność usytuowania oraz odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa. Kwestią nieistotną powinna być natomiast data, w której dana reklama została zrealizowana.</p>			Ad.21. uwaga nieuwzględniona	Ad.21. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic	

							<p>lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowania reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.</p>
			<p>22. Podjęcie uchwały w obecnej jej treści spowoduje istotne negatywne konsekwencje społeczno-gospodarcze. Po pierwsze bowiem wejście w życie omawianej uchwały skutkować będzie likwidacją ogromnej liczby miejsc pracy. Przeprowadzona w tym zakresie analiza wykazała, że w takim wypadku likwidacji ulegną setki a nawet tysiące stanowisk pracy. Na przedmiotową liczbę składają się bowiem nie tylko osoby zatrudnione bezpośrednio w firmach reklamowych, ale również osoby świadczące pracę w firmach zewnętrznych pośrednio związanych z przedmiotową branżą w tym osoby zatrudnione w drukarniach, czy też przy produkcji i montażu elementów tablic i urządzeń reklamowych. Z drugiej strony wejście w życie omawianej uchwały wpłynie negatywnie na możliwość dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności często stanowią główne lub jedyne źródło dochodu.</p>			Ad.22. nieuwzględniona	<p>Ad.22. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość</p>

					umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
				Ad.23. uwaga nieuwzględniona	Ad.23. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.
				Ad.24. uwaga nieuwzględniona	Ad.24. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwi gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności
				Ad.25. uwaga nieuwzględniona	Ad.25. Wprowadzenie kompleksowych regulacji dotyczących całego obszaru miasta ma na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego. Wprowadzenie bardziej rygorystycznych rozwiązań ma na celu ułatwienie pieszym dostępu do poszczególnych terenów, które ze względu na swoją funkcję posiadają charakter terenów ogólnodostępnych.
				Ad.26.	Ad.26.

				został teren Gminy Miejskiej Kraków. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że tereny poszczególnych dzielnic miasta istotnie różnią się w zakresie form reklamy zewnętrznej. Inne zasady i zwyczaje istnieją na terenie przykładowo Wróblowic i Swoszowic, a inne w rejonie Błoń, ulicy Mazowieckiej, czy też ulicy Królewskiej. Tymczasem przedmiotowe tereny zostały włączone do tej samej strefy krajobrazowej, co nawet w najmniejszym stopniu nie uwzględnia indywidualnych uwarunkowań występujących na przedmiotowych terenach.			uwaga nieuwzględniona	Podział na strefy ma na celu czytelne określenie zasad dla poszczególnych terenów, granice stref zostaną ponownie zweryfikowane.
				27. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstępstwo powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.			Ad.27. uwaga nieuwzględniona	Ad.27. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
37.	37.	13.10.2017	[...]*	1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Krakowie, a przede wszystkim rynku tzw. reklamy systemowej.			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń

					reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w uchwale okres 24 miesięcy, co stanowi formę amortyzacji poniesionych kosztów.		
				4. Analiza treści koncepcji uchwały wykazała, że przyjęte w niej rozwiązania bezpośrednio naruszają chronione prawem interesy właścicieli nieruchomości, a przede wszystkim podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na rynku reklamy. W sposób pośredni ingerują z kolei w chronione prawem interesy przetłaczającej większości przedsiębiorców z obszaru miasta Krakowa i jego okolic. Do zaistnienia tej sytuacji doszło pomimo tego, iż gmina ma obowiązek wszechstronnego rozważenia interesów poszczególnych grup społecznych i wykazania ponad wszelką wątpliwość, że mniejsza skala ograniczeń uniemożliwi realizację interesu publicznego. Można przy tym odnieść wrażenie, że w rzeczonyj sprawie autorzy koncepcji z góry przyjęli, iż nie jest możliwe pogodzenie interesów jednostkowych i ogólnospołecznego oraz przedłożyli interes ogólnospołeczny ponad indywidualne. Rezygnacja z możliwości przyjęcia racjonalnego sposobu ochrony cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta świadczy jednakże o tym, iż w realiach przedmiotowej sprawy interes, którym kierowali się twórcy uchwały stanowi wypaczenie interesu ogólnospołecznego.	Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych w projekcie uchwały.
				5. Przedstawiona koncepcja uchwały Rady Miasta Krakowa wprowadza zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Konsekwencją wprowadzenia wskazanych w koncepcji nakazów, zakazów i ograniczeń będzie bowiem nie tylko likwidacja ogromnej ilości miejsc pracy, ale również uniemożliwienie dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności stanowią często główne lub jedyne źródło dochodu, oraz poważne problemy z oznaczeniem w przestrzeni publicznej miejsca prowadzenia działalności gospodarczej przez lokalnych przedsiębiorców i międzynarodowe koncerny (kwestia sztyldów). Mając na uwadze powyższe trzeba koniecznie podkreślić, że osiągnięcie celów wskazanych w koncepcji uchwały nie powinno być dokonane bez uwzględnienia negatywnych skutków, jakie będą się z tym niewątpliwie wiązać.		Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego sztyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
				6. Na przytoczenie zasługuje w tym miejscu aktualna teza z wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku (sygn. akt: V SA 3718/00, ONSA 2002/3/124), w którym Sąd stwierdził, że: „W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 KPA). Organ orzekający w każdym wypadku ma obowiązek wskazać, o jaki interes ogólny chodzi, i udowodnić, że jest on tak ważny i znaczący, iż bezwzględnie wymaga ograniczenia uprawnień indywidualnych obywatela. Zarówno wykazanie takiego interesu, jak i jego znaczenie, a także przestanki powodujące konieczność przedłożenia w konkretnym wypadku interesu społecznego nad indywidualnym, podlegać muszą wnikliwej kontroli instancyjnej i sądowej, szczególnie wówczas, gdy w ocenie organu w interesie społecznym leży ograniczenie praw obywatela określonych w Konstytucji RP”. Tym samym restrykcyjne i bezrefleksyjne trzymanie się ogólnych celów wskazanych w koncepcji uchwały będzie w tym konkretnym stanie faktycznym mniej istotne, a nawet szkodliwe z ogólnospołecznego punktu widzenia, a to właśnie z uwagi na negatywne konsekwencje jakie zaistnieją w sferze indywidualnych interesów na skutek wprowadzenia zbyt restrykcyjnych regulacji prawnych. Zgodnie z brzmieniem art. 31 ust 3 Konstytucji „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są		Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu

			<p>konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw". Jest to zatem równoznaczne z obowiązkiem zachowania proporcjonalności zastosowanych środków w stosunku do zamierzonego celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu". Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki".</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy</p>			<p>na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.</p>
			<p>7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepkę kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednolicenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.</p>		Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	<p>Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.</p>
			<p>8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.</p>		Ad.8. uwaga uwzględniona	<p>Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.</p>

			<p>9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.</p>		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione by nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p.
			<p>10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.</p>		Ad.10. uwaga uwzględniona		
			<p>11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej”.</p>		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
			<p>12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały”.</p> <p>Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i nieznajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej obiektów małej</p>		Ad.12. uwaga uwzględniona		

				architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.				
				<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych" — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna", „wysoka odporność na dewastację" — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test "konieczności w demokratycznym państwie prawnym". Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka".</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane by uwzględniły zasady techniki prawodawczej.
				<p>14. Należy sprzeciwić się przyjętemu w projekcie uchwały założeniu eliminacji reklam wykorzystujących projekcje świetlne lub ruchome, emitujące światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekrany LED, LCD, itd. Podniesienia bowiem wymaga, że przedmiotowe formy reklamy stanowią rozwiązania, które nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach wypierają dotychczasowe formy reklamy zewnętrznej. Tym samym, wprowadzenie przedmiotowego zakazu spowoduje, że rozwój form reklamy na terenie Krakowa zostanie zahamowany i ograniczy się jedynie do stosowania przestarzałych rozwiązań. Eliminacja powyższej formy reklamy nie ma przy tym jakiegokolwiek uzasadnienia, w tym nie jest niezbędna do realizacji celów wskazanych w § 3 procedowanej uchwały, a przede wszystkim z chęcią wyeliminowania natłoku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obszarze miasta Krakowa. Urządzenia te bowiem pozwalają na wyświetlanie nieograniczonej liczby reklam, a nie tylko jednej. Jednocześnie wypada zaznaczyć, że nowoczesne ekrany LED wyświetlają obrazy w sposób, który przy zastosowaniu odpowiedniej technologii nie różni się obecnie pod względem efektów wizualnych od wyglądu tradycyjnego plakatu wykonanego w formie papierowej, a częstotliwość zmiany obrazu można regulować.</p>		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.14. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Niemniej jednak zapisy uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.	
				<p>15. Ponadto należy zauważyć, że na terenie Krakowa występuje szereg urządzeń wykorzystujących ekrany LED lub LCD, które w chwili obecnej wkomponowały się w krajobraz Miasta Krakowa stanowiąc istotne jego elementy. W tym miejscu należy wskazać między innymi ekran zamontowany na elewacji Teatru Bagatela. Wprowadzenie zakazów w tym zakresie spowoduje, że obowiązkowi</p>		Ad.15. uwaga nieuwzględniona	Ad.15. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego i walory zabytkowe terenów	

				usunięcia podlegać będą również przedmiotowe urządzenia, które stały się istotnym elementem porządku przestrzennego pozytywnie oddziaływującym na przestrzeń publiczną.				zabudowanych wpisanych w historyczną strukturę miasta brak jest podstaw do dalszego funkcjonowania reklam jako ekrany LED, LCD zamontowane na elewacji budynków ponieważ negatywnie oddziałują na przestrzeń publiczną.
				<p>16. Istotne wątpliwości budzą również zawarte w projekcie uchwały zapisy dotyczące:</p> <p>1) zasad sytuowania tymczasowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w ramach organizacji przedsięwzięć plenerowych. Po pierwsze należy stwierdzić, że przyjęty w projekcie uchwały czas montażu i demontażu jest zbyt krótki. Wiele organizowanych przedsięwzięć plenerowych wiąże się z koniecznością realizacji bardzo złożonej infrastruktury, której montaż i demontaż trwa znacznie dłużej. Tym samym postuluje się wydłużenie terminu wskazanego w projekcie uchwały do pięciu dni przed rozpoczęciem przedsięwzięcia plenerowego i do trzech dni roboczych po jego zakończeniu.</p> <p>2) Po drugie należy zauważyć, że projekt uchwały w kilku miejscach zawiera zakaz wykorzystywania między innymi reklamy w formie ekranów LED, LCD itp. w ramach przedsięwzięć plenerowych. Należy stwierdzić, że przedmiotowy zakaz jest bezzasadny, a co więcej nie uwzględnia aktualnych tendencji na rynku reklamy. Ponadto przedmiotowy zapis uchwały uniemożliwia między innymi lokalizowania telebimów, za pośrednictwem, których jest wyświetlany nie tylko przekaz artystyczny, czy też sportowy, ale wyświetlane są również reklamy, w szczególności w przerwie danego wydarzenia lub też bezpośrednio przed jego rozpoczęciem się lub zakończeniem.</p>			<p>Ad.16.1) uwaga nieuwzględniona</p> <p>Ad.16.2) uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem</p>	<p>Ad.16. Użyty w uchwale zapis do 3 dni przed i 1 dnia po dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie dotyczy wyposażenie przedsięwzięcia plenerowego np. sceny.</p> <p>Ad.16.2) Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie stref, w których dopuszczona zostanie możliwość umieszczania na czas organizacji przedsięwzięcia plenerowego wnioskowanych reklam w formie ekranów LED, LCD itp. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.</p>
				17. Za nieuzasadnione należy uznać ograniczenia czasowe dotyczące montażu banerów na rusztowaniach budowlanych przy elewacji budynku w związku z prowadzeniem na niej robót budowlanych. Należy bowiem stwierdzić, że przyjęty w projekcie uchwały okres 12 miesięcy jest zbyt krótki i nie uwzględnia tego, że roboty budowlane mogą trwać znacznie dłużej. Równocześnie brak jest jakichkolwiek okoliczności przemawiających za koniecznością usunięcia banerów po upływie 12 miesięcy pomimo tego, że roboty budowlane nie zostały jeszcze zakończone. Należy bowiem stwierdzić, że estetyczna reklama zlokalizowana na rusztowaniu może być bardziej korzystna z punktu widzenia porządku publicznego, niż odsłonięty fragment budynku podlegający robotom budowlanym.			Ad.17. uwaga nieuwzględniona	Ad.17. Takie działanie ma zapobiec przedłużaniu remontów, będących pretekstem do dłuższego wywieszania reklam a równocześnie umożliwić pozyskanie środków z tytułu umieszczenia reklamy na remont budynku.
				18. Dopuszczenie na terenie gminy możliwości wykorzystywania reklamy wielkoformatowej. W tym zakresie należy stwierdzić, że z punktu widzenia podstawowych celów omawianej uchwały brak jest jakichkolwiek przeciwwskazań między innymi do zezwolenia na umieszczanie przedmiotowej reklamy na tzw. pustostanach, bocznych ścianach szczytowych, czy też na rusztowaniach w trakcie remontu oraz konserwacji w tym mycia elewacji. Przedmiotowa reklama co do zasady nie oddziałuje przy tym negatywnie na przestrzeń publiczną. W pewnych przypadkach oprócz funkcji podstawowej jaką pełni omawiana forma reklamy może ona dodatkowo spełniać funkcję estetyczną osłaniając zaniedbane i uszkodzone części pustostanów lub budynków podlegających robotom budowlanym.			Ad.18. uwaga nieuwzględniona	Ad.18. Ze względu na to, że reklama wielkoformatowa najmocniej oddziałuje na przestrzeń publiczną w celu ochrony ładu przestrzennego i walorów widokowych koniecznym jest jej znaczne

							ograniczenie w przestrzeni miasta. Umieszczanie reklam nie powinno stanowić pretekstu do nie podejmowania działań w celu zapewnienia obiektom budowlanym odpowiedniego stanu technicznego i estetycznego.
			19. Projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.			Ad.19. uwaga nieuwzględniona	Ad.19. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.
			20. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, a także standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Kryterium, w oparciu o które powinno się decydować o pozostaniu danej tablicy oraz urządzenia reklamowanego w przestrzeni publicznej powinno stanowić legalność usytuowania oraz odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa. Kwestią nieistotną powinna być natomiast data, w której dana reklama została zrealizowana.			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie,

							<p>ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowania reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane.</p> <p>Natomiast tablice i urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach.</p> <p>Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.</p>
			<p>21. Podjęcie uchwały w obecnej jej treści spowoduje istotne negatywne konsekwencje społeczno-gospodarcze. Po pierwsze bowiem wejście w życie omawianej uchwały skutkować będzie likwidacją ogromnej liczby miejsc pracy. Przeprowadzona w tym zakresie analiza wykazała, że w takim wypadku likwidacji ulegną setki a nawet tysiące stanowisk pracy. Na przedmiotową liczbę składają się bowiem nie tylko osoby zatrudnione bezpośrednio w firmach reklamowych, ale również osoby świadczące pracę w firmach zewnętrznych pośrednio związanych z przedmiotową branżą w tym osoby zatrudnione w drukarniach, czy też przy produkcji i montażu elementów tablic i urządzeń reklamowych. Z drugiej strony wejście w życie omawianej uchwały wpłynie negatywnie na możliwość dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności często stanowią główne lub jedyne źródło dochodu.</p>			Ad.22. nieuwzględniona	<p>Ad.22. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.</p>
			<p>22. Ponadto należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane w branży reklamowej mają najczęściej charakter umów długoterminowych. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.</p>			Ad.22. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.22. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.</p>
			<p>23. Projekt uchwały w żaden sposób nie uwzględnia uprawnień nabytych przed wejściem uchwały w życie. Zdaniem mojego mocodawcy urządzenia reklamowe wykonane w sposób legalny na</p>			Ad.23. uwaga	<p>Ad.23. Celem wprowadzenia do</p>

				<p>podstawie uzyskanych pozwoleń administracyjnych powinny być wyłączone spod zakresu działania przedmiotowej uchwały, gdyż w przeciwnym wypadku uchwała będzie de facto pozbawiać uprawnień uzyskanych zgodnie z prawem, które podlegają ochronie w świetle obowiązującej Konstytucji RP. W tym zakresie należy podkreślić, że ochrona praw nabytych jest jedną z podstawowych zasad państwa prawa, która wiąże się ściśle z zasadą nieretroaktywności prawa. Za niedopuszczalną należy zatem uznać sytuację, w której inwestor po wykonaniu obiektu reklamowego na podstawie stosownych pozwoleń administracyjnych (np. pozwolenia na budowę) będzie następnie zobowiązany do zlikwidowania wykonanego urządzenia pod groźbą bardzo wysokich sankcji administracyjnych.</p>			nieuwzględniona	<p>u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwi gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.</p>
			24. Należy zauważyć, że w obowiązujących na terenie gminy miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego określone zostały odpowiednie zasady dotyczące kwestii ogrodzeń i reklam. Tym samym wprowadzenie bardziej radykalnych rozwiązań jest zupełnie niecelowe i niepotrzebne.				Ad.24. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.24. Wprowadzenie kompleksowych regulacji dotyczących całego obszaru miasta ma na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego. Wprowadzenie bardziej rygorystycznych rozwiązań ma na celu ułatwienie pieszym dostępu do poszczególnych terenów, które ze względu na swoją funkcję posiadają charakter terenów ogólnodostępnych.</p>
			25. Istotne wątpliwości budzi również wyznaczenie jedynie 5 stref krajobrazowych, na które podzielony został teren Gminy Miejskiej Kraków. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że tereny poszczególnych dzielnic miasta istotnie różnią się w zakresie form reklamy zewnętrznej. Inne zasady i zwyczaje istnieją na terenie przykładowo Wróblowic i Swoszowic, a inne w rejonie Błoń, ulicy Mazowieckiej, czy też ulicy Królewskiej. Tymczasem przedmiotowe tereny zostały włączone do tej samej strefy krajobrazowej, co nawet w najmniejszym stopniu nie uwzględnia indywidualnych uwarunkowań występujących na przedmiotowych terenach.				Ad.25. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.25. Podział na strefy ma na celu czytelne określenie zasad dla poszczególnych terenów, granice stref zostaną ponownie zweryfikowane.</p>
			26. Zdaniem mojego mocodawcy projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstępstwo powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.				Ad.26. uwaga nieuwzględniona	<p>Ad.26. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.</p>

38.	38.	13.10.2017	[...]*	<p>1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.</p>		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.</p>		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Krakowie, a przede wszystkim rynku tzw. reklamy systemowej.</p>			Ad.3. nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w uchwale okres 24 miesięcy okres, co stanowi formę amortyzacji poniesionych kosztów.
				<p>4. Analiza treści koncepcji uchwały wykazała, że przyjęte w niej rozwiązania bezpośrednio naruszają chronione prawem interesy właścicieli nieruchomości, a przede wszystkim podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na rynku reklamy. W sposób pośredni ingerują z kolei w chronione prawem interesy przetwarzającej większości przedsiębiorców z obszaru miasta Krakowa i jego okolic. Do zaistnienia tej sytuacji doszło pomimo tego, iż gmina ma obowiązek wszechstronnego rozważenia interesów poszczególnych grup społecznych i wykazania ponad wszelką wątpliwość, że mniejsza skala ograniczeń uniemożliwi realizację interesu publicznego. Można przy tym odnieść wrażenie, że w rzeczonej sprawie autorzy koncepcji z góry przyjęli, iż nie jest możliwe pogodzenie interesów jednostkowych i ogólnospołecznego oraz przedłożyli interes</p>		Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.

				ogólnospołeczny ponad indywidualne. Rezygnacja z możliwości przyjęcia racjonalnego sposobu ochrony cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta świadczy jednakże o tym, iż w realiach przedmiotowej sprawy interes, którym kierowali się twórcy uchwały stanowi wypaczenie interesu ogólnospołecznego.				
				5. Przedstawiona koncepcja uchwały Rady Miasta Krakowa wprowadza zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Konsekwencją wprowadzenia wskazanych w koncepcji nakazów, zakazów i ograniczeń będzie bowiem nie tylko likwidacja ogromnej ilości miejsc pracy, ale również uniemożliwienie dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności stanowią często główne lub jedyne źródło dochodu, oraz poważne problemy z oznaczeniem w przestrzeni publicznej miejsca prowadzenia działalności gospodarczej przez lokalnych przedsiębiorców i międzynarodowe koncerny (kwestia szyldów). Mając na uwadze powyższe trzeba koniecznie podkreślić, że osiągnięcie celów wskazanych w koncepcji uchwały nie powinno być dokonane bez uwzględnienia negatywnych skutków, jakie będą się z tym niewątpliwie wiązać.			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
				6. Na przytoczenie zasługuje w tym miejscu aktualna teza z wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku (sygn. akt: V SA 3718/00, ONSA 2002/3/124), w którym Sąd stwierdził, że: „W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 KPA). Organ orzekający w każdym wypadku ma obowiązek wskazać, o jaki interes ogólny chodzi, i udowodnić, że jest on tak ważny i znaczący, iż bezwzględnie wymaga ograniczenia uprawnień indywidualnych obywatela. Zarówno wykazanie takiego interesu, jak i jego znaczenie, a także przestanki powodujące konieczność przedłożenia w konkretnym wypadku interesu społecznego nad indywidualnym, podlegać muszą wnikliwej kontroli instancyjnej i sądowej, szczególnie wówczas, gdy w ocenie organu w interesie społecznym leży ograniczenie praw obywatela określonych w Konstytucji RP". Tym samym restrykcyjne i bezrefleksyjne trzymanie się ogólnych celów wskazanych w koncepcji uchwały będzie w tym konkretnym stanie faktycznym mniej istotne, a nawet szkodliwe z ogólnospołecznego punktu widzenia, a to właśnie z uwagi na negatywne konsekwencje jakie zaistnieją w sferze indywidualnych interesów na skutek wprowadzenia zbyt restrykcyjnych regulacji prawnych. Zgodnie z brzmieniem art. 31 ust 3 Konstytucji „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw". Jest to zatem równoznaczne z obowiązkiem zachowania proporcjonalności zastosowanych środków w stosunku do zamierzonego celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwi gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.

			<p>jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu". Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki".</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy.</p>			
			<p>7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepkę kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednoczenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.</p>		Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.
			<p>8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.</p>		Ad.8. uwaga uwzględniona	Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			<p>9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.</p>		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione by nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p.
			<p>10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.</p>		Ad.10. uwaga uwzględniona	

		<p>11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej".</p>		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
		<p>12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały". Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i niezajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.</p>		Ad.12. uwaga uwzględniona		
		<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznaczными, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych" — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna", „wysoka odporność na dewastację" — § 7 ust. 1 pkt 2. Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane by uwzględniały zasady techniki prawodawczej.

				roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test "konieczności w demokratycznym państwie prawnym". Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka".			
			14. Koniecznie trzeba sprzeciwić się przyjętemu w projekcie uchwały założeniu eliminacji reklam wykorzystujących projekcje świetlne lub ruchome, emitujące światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekrany LED, LCD, itd. Podniesienia bowiem wymaga, że przedmiotowe formy reklamy stanowią rozwiązania, które nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach wypierają dotychczasowe formy reklamy zewnętrznej. Tym samym, wprowadzenie przedmiotowego zakazu spowoduje, że rozwój form reklamy na terenie Krakowa zostanie zahamowany i ograniczy się jedynie do stosowania przestarzałych rozwiązań. Eliminacja powyższej formy reklamy nie ma przy tym jakiegokolwiek uzasadnienia, w tym nie jest niezbędna do realizacji celów wskazanych w § 3 procedowanej uchwały, a przede wszystkim z chęcią wyeliminowania natłoku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obszarze miasta Krakowa. Urządzenia te bowiem pozwalają na wyświetlanie nieograniczonej liczby reklam, a nie tylko jednej. Jednocześnie wypada zaznaczyć, że nowoczesne ekrany LED wyświetlają obrazy w sposób, który przy zastosowaniu odpowiedniej technologii nie różni się obecnie pod względem efektów wizualnych od wyglądu tradycyjnego plakatu wykonanego w formie papierowej, a częstotliwość zmiany obrazu można regulować.		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.14. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Niemniej jednak zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.	
			15. Odnośnie do słupów plakatowo-reklamowych istnieje we wszystkich strefach ogólna zasada, iż jako tablica reklamowa ma być stosowany wyłącznie plakat papierowy (I-II, V strefa) lub inne reklamy papierowe (II i V strefa), a powinno się z przyczyn wyżej wymienionych umożliwić również stosowanie telebimów, ekranów LED, LCD itp.		Ad.15. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.15. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.	
			16. Stosowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych jest możliwe wyłącznie w strefach II i V, albowiem zaprezentowana koncepcja uchwały w strefach krajobrazowych III (obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego) i IV (obszar ochrony krajobrazu integrującego — główne ulice wjazdowe do miasta) expressis verbis całkowicie, a w strefie I de facto do celów reklamowych, wyłącza możliwość sytuowania słupów plakatowo-reklamowych, co stanowi zbyt daleko idące ograniczenie stosowania reklamy w tej formie zwłaszcza, iż wedle postanowień uchwały słupy te mają mieć reprezentacyjną bryłę, a tym samym możliwość sytuowania ich w rzeczonych strefach nie		Ad.16. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.16. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.	

				<p>miałaby negatywnego wpływu na jakość przestrzeni publicznej, a wręcz przeciwnie, ubogacałyby ją. Należy w tym miejscu podkreślić, że z uwagi na przyczyny wymienione poniżej w pkt. 5 sytuowanie słupów plakatowo-reklamowych do celów reklamowych będzie możliwe praktycznie jedynie w strefie V.</p>			
				<p>17. Projekt uchwały krajobrazowej jest w odniesieniu do słupów plakatowo-reklamowych w tzw. I strefie krajobrazowej bardziej restrykcyjny niż postanowienia uchwały nr CXV/1547/10 Rady Miasta Krakowa z dnia 3 listopada 2010 r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto, którą uchwalono w celu ochrony krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego Starego Miasta i Plant Krakowskich wraz ze Wzgórzem Wawelskim i jego otoczeniem, będącym obszarem wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO oraz do rejestru zabytków, a mianowicie uchwała krajobrazowa ogranicza przeznaczenie słupów plakatowo-reklamowych do umieszczania na nich wyłącznie informacji o bieżących wydarzeniach kulturalnych, podczas gdy uchwała o Parku Kulturowym dopuszcza stosowanie reklam, nie wprowadzając w tej kwestii jakichkolwiek ograniczeń.</p> <p>Jednocześnie uchwała krajobrazowa w sposób całkowicie nieuzasadniony przewiduje mniejsze gabaryty stosowanych słupów plakatowo-reklamowych w stosunku do uchwały o Parku Kulturowym tj. odpowiednio: wysokość powierzchni ekspozycji do 2,3 m (do ok. 3 m) oraz średnica walca stanowiącego powierzchnię ekspozycji do 1,2 m (do 1,4 m), co w sposób znaczny zmniejsza możliwą powierzchnię reklamową.</p> <p>Obecnie stosowane rozwiązania sprawdzają się i zapewniają pełną ochronę krajobrazu kulturowego, zabytków oraz historycznego układu urbanistycznego oraz stanowią przykład kompromisu (słupy mają ściśle wyznaczoną lokalizację na załączniku graficznym) pomiędzy potrzebami ładu przestrzennego, a stosowaniem reklam w przestrzeni publicznej. Tym samym postanowienia uchwały krajobrazowej winny być w tym zakresie tożsame z przepisami uchwały o Parku Kulturowym.</p>		Ad.17. uwaga uwzględniona	
				<p>18. Abstrahując od powołanej w ogólnych uwagach przedmiotowego pisma kwestii naruszenia przez postanowienia uchwały art. 37a u.p.z.p. w zw. z art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych, należy stanowczo zaznaczyć, że zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie słupów plakatowo-reklamowych w II strefie (obszar ochrony krajobrazu istotnego — Nowa Huta, strefa buforowa obszaru wpisanego na listę UNESCO) tj. zachowanie minimalnej:</p> <p>a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m, b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, c. odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi — 80 m d. szerokości przejścia nie mniejszej niż 2 m w przypadku sytuowania na chodniku, oraz zakaz sytuowania w strefie 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, a w strefie od 50 m do 100 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań możliwość sytuowania maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz zakaz sytuowania słupów plakatowo-reklamowych na terenie biologicznie czynnym w szczególności na: zieleńcach, skwerach i trawnikach, faktycznie wyłączają możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, albowiem warunkom tym odpowiadać będzie literalnie marginalna liczba miejsc, przy czym gmina uzyskuje w wyniku tych regulacji de facto monopol na reklamę na tym obszarze, gdyż w dalszym ciągu prezentowanie treści reklamowych będzie możliwe w ramach licznych wiat przystankowych.</p> <p>Jednocześnie zasady sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie słupów plakatowo-reklamowych w V strefie (obszar ochrony krajobrazu lokalnego) tj. zachowanie minimalnej:</p> <p>a. odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni i krawędzi tras rowerowych — 1,5 m; b. odległości od przejść dla pieszych lub wiat przystankowych — 15 m, Ad.5. Uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem c. odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi lub panelami reklamowymi — 50 m; d. szerokości przejścia — 2 m —w przypadku sytuowania ich na chodniku; wraz z nakazem sytuowania maksymalnie dwóch urządzeń reklamowych w strefie do 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań, powodują, iż możliwość stosowania słupów plakatowo-reklamowych w powołanej strefie, czyli na całym zurbanizowanym obszarze miasta Krakowa poza ścisłym śródmieściem i centrum Nowej Huty będzie w sposób znaczny ograniczona, co nie znajduje</p>		Ad.18. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.18. Granice stref a także parametry odległości między słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione po przeprowadzeniu analiz.

				<p>jakiegokolwiek uzasadnienia dla kształtowania ładu przestrzennego, a przy tym nie uwzględnia odmienności i charakteru gospodarczego, funkcjonalnego, rozwojowego oraz architektoniczno-urbanistycznego powołanych dzielnic. Rozważania na temat wiat przystankowych mają tutaj odpowiednie zastosowanie.</p>				
				<p>19. Wątpliwości budzi również ograniczenie — w przypadku słupów plakatowo-reklamowych — stosowania światła barwy białej do podświetlania wyłącznie do V strefy i możliwości stosowania przeszklonych gablot wykonanych z szyby bezpiecznej (bezodłamkowej) jedynie do strefy II i V jako nieznajdujące oparcia w celach przyświecających sporządzeniu projektu kwestionowanej uchwały. Stosowanie obu parametrów bowiem istotnie poprawia funkcjonalność i estetykę słupów oraz odpowiada współczesnym trendom.</p>		Ad.19. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.19. Zapisy uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania słupów plakatowo-reklamowych z określeniem dla nich nowych gabarytów i standardów jakościowych, w tym z uwzględnieniem możliwości emisji światła.
				<p>20. Projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.</p>			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.
				<p>21. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, a także standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Kryterium, w oparciu o które powinno się decydować o pozostaniu danej tablicy oraz urządzenia reklamowanego w przestrzeni publicznej powinno stanowić legalność usytuowania oraz odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa. Kwestią nieistotną powinna być natomiast data, w której dana reklama została zrealizowana.</p>			Ad.21. uwaga nieuwzględniona	Ad.21. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów

							z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowania reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.
			22. Podjęcie uchwały w obecnej jej treści spowoduje istotne negatywne konsekwencje społeczno-gospodarcze. Po pierwsze bowiem wejście w życie omawianej uchwały skutkować będzie likwidacją ogromnej liczby miejsc pracy. Przeprowadzona w tym zakresie analiza wykazała, że w takim wypadku likwidacji ulegną setki a nawet tysiące stanowisk pracy. Na przedmiotową liczbę składają się bowiem nie tylko osoby zatrudnione bezpośrednio w firmach reklamowych, ale również osoby świadczące pracę w firmach zewnętrznych pośrednio związanych z przedmiotową branżą w tym osoby zatrudnione w drukarniach, czy też przy produkcji i montażu elementów tablic i urządzeń reklamowych. Z drugiej strony wejście w życie omawianej uchwały wpłynie negatywnie na możliwość dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urządzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności często stanowią główne lub jedyne źródło dochodu.			Ad.22. nieuwzględniona	Ad.22. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
			23. Ponadto należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane w branży reklamowej mają najczęściej charakter umów długoterminowych. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto			Ad.23. uwaga nieuwzględniona	Ad.23. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu

				zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.				nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie uchwały.
				24. Projekt uchwały w żaden sposób nie uwzględnia uprawnień nabytych przed wejściem uchwały w życie. Zdaniem mojego mocodawcy urządzenia reklamowe wykonane w sposób legalny na podstawie uzyskanych pozwoleń administracyjnych powinny być wyłączone spod zakresu działania przedmiotowej uchwały, gdyż w przeciwnym wypadku uchwała będzie de facto pozbawiać uprawnień uzyskanych zgodnie z prawem, które podlegają ochronie w świetle obowiązującej Konstytucji RP. W tym zakresie należy podkreślić, że ochrona praw nabytych jest jedną z podstawowych zasad państwa prawa, która wiąże się ściśle z zasadą nieretroaktywności prawa. Za niedopuszczalną należy zatem uznać sytuację, w której inwestor po wykonaniu obiektu reklamowego na podstawie stosownych pozwoleń administracyjnych (np. pozwolenia na budowę) będzie następnie zobowiązany do zlikwidowania wykonanego urządzenia pod groźbą bardzo wysokich sankcji administracyjnych.			Ad.24. uwaga nieuwzględniona	Ad.24. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.
				25. Należy zauważyć, że w obowiązujących na terenie gminy miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego określone zostały odpowiednie zasady dotyczące kwestii ogrodzeń i reklam. Tym samym wprowadzenie bardziej radykalnych rozwiązań jest zupełnie niecelowe i niepotrzebne.			Ad.25. uwaga nieuwzględniona	Ad.25. Wprowadzenie kompleksowych regulacji dotyczących całego obszaru miasta ma na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego. Wprowadzenie bardziej rygorystycznych rozwiązań ma na celu ułatwienie pieszym dostępu do poszczególnych terenów, które ze względu na swoją funkcję posiadają charakter terenów ogólnodostępnych.
				26. Istotne wątpliwości budzi również wyznaczenie jedynie 5 stref krajobrazowych, na które podzielony został teren Gminy Miejskiej Kraków. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że tereny poszczególnych dzielnic miasta istotnie różnią się w zakresie form reklamy zewnętrznej. Inne zasady i zwyczaje istnieją na terenie przykładowo Wróblowic i Swoszowic, a inne w rejonie Błoń, ulicy Mazowieckiej, czy też ulicy Królewskiej. Tymczasem przedmiotowe tereny zostały włączone do tej samej strefy krajobrazowej, co nawet w najmniejszym stopniu nie uwzględnia indywidualnych uwarunkowań występujących na przedmiotowych terenach.			Ad.26. uwaga nieuwzględniona	Ad.26. Podział na strefy ma na celu czytelne określenie zasad dla poszczególnych terenów, granice stref zostaną ponownie zweryfikowane.

				27. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstąpienie powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.			Ad.27. uwaga nieuwzględniona	Ad.27. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
39.	39.	13.10.2017	[...]*	1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Krakowie, a przede wszystkim rynku tzw. reklamy systemowej.			Ad.3. nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w uchwale okres 24 miesięcy, co stanowi

							formę amortyzacji poniesionych kosztów.	
						Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
							Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
							Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia

				<p>celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu”. Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki”.</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy</p>			ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.
			7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepkę kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednolicenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.		Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.
			8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.		Ad.8. uwaga uwzględniona		Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć		Ad.9. uwaga		Ad.9. Zapisy projektu uchwały

			ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.		uwzględniona z zastrzeżeniem		zostaną zmienione by nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p..
			10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.		Ad.10. uwaga uwzględniona		
			11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej”.		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
			12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały”. Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i nieznajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.		Ad.12. uwaga uwzględniona		

			<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych” — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna”, „wysoka odporność na dewastację” — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieścisłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieścisłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test "konieczności w demokratycznym państwie prawnym". Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka".</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane by uwzględniały zasady techniki prawodawczej.
			<p>14. Zdaniem reprezentowanej przeze mnie spółki projektowana uchwała wprowadza zbyt restrykcyjne zapisy dotyczące zasad i warunków sytuowania szyldów. Dotychczasowe postanowienia zawarte w projekcie uchwały nie uwzględniają bowiem specyfiki szyldów zamieszczanych na dużych obiektach usługowych lub handlowych. W tym zakresie należy zauważyć, że na przedmiotowej kategorii obiektów budowlanych powszechnie zamieszczane są znaki firmowe najemców lokali usługowych. Możliwość zamieszczenia logo firmy jest przede wszystkim istotna dla podmiotów korporacyjnych, które w ten sposób identyfikują się z danym obiektem budowlanym. Taka praktyka występuje nie tylko w innych miastach w Polsce, ale również jest powszechna w innych krajach. Należy przy tym określić, że wprowadzenie zapisów uniemożliwiających takie działanie może spowodować, że podmioty zainteresowane ulokują swoje siedziby lub oddziały w innych miastach, w których dopuszczalna będzie dotychczasowa praktyka występująca w tym zakresie. Będzie się to wiązało niewątpliwie z niebezpieczeństwem odpływu miejsc pracy z terenu Miasta Krakowa.</p>		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.14. Zapisy dotyczące umieszczania szyldów zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane.
			<p>15. Wątpliwości budzą zapisy dotyczące maksymalnej powierzchni szyldu (do 1m²), nakazu lokalizowania szyldów wyłącznie na obszarze parteru, zakazu lokalizowania szyldów na dachach budynków oraz zakazu wykorzystywania szyldów o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekranów. LED, LCD, itd. Przedmiotowe zapisy co do zasady uniemożliwiają lokalizowania znaków firmowych i nazw firm na budynkach usługowych i handlowych, w sposób dotychczas przyjęty i powszechny również w innych krajach.</p>			Ad.15. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.15. Zapisy dotyczące gabarytów i kolorystyki szyldów zostaną doprecyzowane. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp. – ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
			<p>16. Ponadto należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został</p>			Ad.16.	Ad.16.

				<p>do dostosowania szyldów istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane z najemcami lokali zawierają również postanowienia dotyczące prawa do montażu znaku firmowego najemcy na budynku. Przedmiotowe umowy mają przy tym charakter umów wieloletnich. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie wszystkich szyldów do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.</p>			uwaga nieuwzględniona	Termin dostosowania obiektów został określony w sposób, który umożliwi dostosowanie do przyjętych zasad uchwały.
				<p>17. Zdaniem mojego mocodawcy projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstąpienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cenione od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstąpienie powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.</p>			Ad.17. uwaga nieuwzględniona	Ad.17. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
40.	40.	13.10.2017	[...]*	<p>1. Wskazać należy, iż organ administracji publicznej nie może swego prawa nadużywać w wyniku samodzielnego gospodarowania przestrzenią miejską w sposób dowolny, nie bacząc w szczególności na konieczność uwzględnienia konstytucyjnie chronionego prawa własności przysługującego właścicielom nieruchomości, na których zlokalizowane są tablice i urządzenia reklamowe, a także prawa do swobody prowadzenia działalności gospodarczej, będącego podstawą funkcjonującego w Rzeczypospolitej systemu gospodarki wolnorynkowej, które jest w tym wypadku realizowane przez podmioty reklamujące się lub działające na terenie miasta Krakowa.</p>		Ad.1. ---	Ad.1. ---	Ad.1. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>2. Nie bez znaczenia pozostaje tutaj kwestia tworzenia opisanego aktu prawa miejscowego przez pryzmat wymagań współczesnego świata, zmieniającej się rzeczywistości, najlepszych trendów światowych i ich zróżnicowania oraz dynamicznie rozwijającej się techniki, zwłaszcza zachodzących przeobrażeń w zakresie reklam audiowizualnych i sposobu ich prezentacji. Racjonalność ta winna zostać przy tym przez Radę Miasta wykazana, w szczególności, iż zasięg oddziaływania kwestionowanej uchwały na stosunki gospodarcze w mieście i regionie oraz perspektywy rozwoju obecnych i przyszłych miejsc pracy (na m.in. lokalizację międzynarodowych korporacji w Krakowie, będących aktualnie głównym pracodawcą w mieście, które chcą w sposób widoczny oznaczać w przestrzeni publicznej zajmowane przez siebie biurowce), jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Krakowa na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej.</p>		Ad.2 ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
				<p>3. Wedle najlepszej wiedzy mojego Mocodawcy gmina nie jest w posiadaniu żadnych wyliczeń i prognoz finansowych oraz opracowań, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będą skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Krakowa oraz kto konkretnie w sposób majątkowy ucierpi na wprowadzeniu jej zapisów. Jednocześnie nie dokonano analizy w zakresie potencjalnej konieczności wypłaty odszkodowań podmiotom, które będą musiały usunąć swoje legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe. Brak takich analiz jest ewidentnym niedopatrzaniem ze strony gminy i powoduje, że gmina de facto nie wie jakie skutki wywoła uchwała oraz czy gminę jest stać na poniesienie kosztów jej wejścia w życie. Podkreślenia wymaga równocześnie okoliczność, że rygorystyczny charakter przepisów uchwały m.in. w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Krakowie, a przede wszystkim rynku tzw. reklamy systemowej.</p>			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	Ad.3. Zgodnie z u.p.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Ustawa nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia analiz i prognoz finansowych obrazujących skutki wejścia w życie uchwały, niemniej jednak termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie

					obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń pozwala na użytkowanie ich przez określony w uchwale okres 24 miesięcy okres, co stanowi formę amortyzacji poniesionych kosztów.	
				Ad.4. ---	Ad.4. ---	Ad.4. Pismo nie stanowi uwagi, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych projekcie uchwały.
					Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
					Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie

			<p>interesów na skutek wprowadzenia zbyt restrykcyjnych regulacji prawnych.</p> <p>Zgodnie z brzmieniem art. 31 ust 3 Konstytucji „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw”. Jest to zatem równoznaczne z obowiązkiem zachowania proporcjonalności zastosowanych środków w stosunku do zamierzonego celu. Organ jest jednak zobowiązany nie tylko do zastosowania środków odpowiednich, ale także do wyboru środka powodującego najmniejszą możliwą ingerencję w sferę uprawnień obywateli. Na potwierdzenie przytoczonego stanowiska warto przywołać tezę z wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 20 czerwca 2005 roku (sygn. akt K 4/04; opubl.: OTK seria A rok 2005, Nr 6, poz. 64), który wskazał że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie stwierdzał, że w treści konstytucyjnej przesłanki konieczności ograniczenia (art. 31 ust. 3 Konstytucji) mieszczą się wymogi niezbędności, przydatności i proporcjonalności sensu stricto. Spełnienie tych wymagań uzależnione jest od faktycznej potrzeby dokonania ingerencji w zakres korzystania z konstytucyjnego prawa lub wolności i od zastosowania przez ustawodawcę środków prawnych rzeczywiście służących realizacji zamierzonych celów. Chodzi ponadto o zastosowanie środków niezbędnych, w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawo bądź wolność ulegają ograniczeniu”. Również w wyroku z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. akt: K 32/04; opubl.: Dz. U. rok 2005, Nr 250, poz. 2116, str. 16353) Trybunał Konstytucyjny zawarł tezę adekwatną do przedmiotowej sytuacji. W wyroku tym stwierdzono w szczególności, że: „Trybunał Konstytucyjny wielokrotnie wskazywał na to, że model państwa demokratycznego wymaga zachowania zasady proporcjonalności. Rozważania w tym względzie prowadzą do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania: 1) czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, 2) czy regulacja ta jest niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest powiązana, 3) czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela. Zasada proporcjonalności łączy się z zakazem nadmiernej ingerencji w sferę praw i wolności konstytucyjnych jednostki”.</p> <p>Przywołane w poprzednim akapicie twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego są o tyle istotne w niniejszej sprawie, że w ocenie mojego Mocodawcy treść przedstawionej koncepcji uchwały narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w koncepcji uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa obywateli. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że z punktu widzenia ochrony walorów widokowych miasta, w pełni wystarczające byłoby dążenie do wyeliminowania jedynie nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, które jak wskazują na to przeprowadzone badania, przeważają na terenie gminy</p>				<p>ograniczenie jednego dobra, jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra, jakim jest ład przestrzenny.</p> <p>Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.</p>
			<p>7. Ponadto strona legislacyjna uchwały jest wyjątkowo nieczytelna poprzez niejednolity sposób redakcji jej poszczególnych postanowień (uchwała sprawia wrażenie zlepkę kilku różnych uchwał) oraz kazuistyczne ujęcie przepisów, których treść w większości powtarza się w odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przy wyróżnianiu danej strefy. Tym samym celowe byłoby ujednolicenie redakcji przepisów, jak również wprowadzenie części ogólnej uchwały (obecne przepisy ogólne są jedynie tzw. słowniczkiem uchwały) zawierającej unormowania wspólne dla danych stref, podczas, gdy odstępstwa od zasad ogólnych umieszczone by zostały w części szczególnej osobno dla każdej ze stref. Należałoby również wprowadzić bardziej szczegółowy podział na rozdziały i podrozdziały, zwłaszcza wyszczególniający poszczególne strefy. Jednocześnie podnieść przy tym wypada, że częstokroć dochodzi w jednym paragrafie do częściowego powtarzania treści przepisów w sposób nieodnoszący się do postanowień poprzedzających, co może rodzić problemy interpretacyjne, którą zasadę stosować — ogólną czy szczególną, czy też obie na raz.</p>		<p>Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem</p>		<p>Ad.7. Projekt uchwały zostanie przeredagowany i doprecyzowany.</p>
			<p>8. Warto w tym miejscu wskazać, że kwestionowana uchwała obarczona jest również istotnymi wadami, które w przypadku uchwały krajobrazowej w Łodzi tj. uchwały Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. nr XXXVII/966/16 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, spowodowały, iż Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 stwierdził jej nieważność.</p>		<p>Ad.8. uwaga uwzględniona</p>		<p>Ad.8. Projekt uchwały zostanie zweryfikowany w niezbędnym zakresie, w jakim rozstrzygnięcie Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w</p>

								Lodzi stwierdziło nieważność zaskarżonej uchwały.
			9. Ustanowienie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń winno nastąpić w oparciu o legalne definicje pojęć ustawowych takich jak „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, czy „szyld”, uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., które zostały określone przez ustawodawcę jako przedmioty stricte materialne. Natomiast projekt uchwały w swej treści, podobnie jak łódzka uchwała krajobrazowa, nie zważając na wymienione definicje ustawowe, wprowadził zasady i warunki szeroko pojętej reklamy obejmującej także efekty wizualne, holograficzne, audiowizualne, dźwiękowe, projekcje holograficzne, prowadząc tym samym w istotnym zakresie do naruszenia delegacji ustawowej.		Ad.9. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem			Ad.9. Zapisy projektu uchwały zostaną zmienione by nie wykraczały poza zakres delegacji ustawowej określone w art. 37a u.p.z.p..
			10. Brak jest podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych od krawędzi pasa drogowego i od skrzyżowań, albowiem wymienione zagadnienia zostały już w sposób jasny unormowane w art. 42a ust. 1 w zw, z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn. zm.), a regulacje te dotyczą zarówno terenu niezabudowanego i jak zabudowanego.		Ad.10. uwaga uwzględniona			
			11. Doszło również w przedmiotowej sprawie do istotnego naruszenia art. 37a ust. 6 i 7 u.p.z.p., poprzez niejednoznaczne określenie granic obszarów gminy, dla których przewidziano różne regulacje, tj. wprowadzenie podziału miasta Krakowa na obszary bez sprecyzowania konkretnych wytycznych co do granic każdego z nich oraz odesłanie dla ustalenia tych granic wyłącznie do załącznika graficznego do uchwały. Jak słusznie stwierdził Sąd „Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, z tym że granice tych obszarów muszą być określone w sposób jednoznaczny (ust. 6). Stosownie natomiast do ust. 7 tegoż przepisu uchwała może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice. Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej”.		Ad.11. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem			Ad.11. Granice stref zostaną zmienione, doprecyzowane i szczegółowo opisane.
			12. Projekt uchwały w sposób istotny narusza przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p., wedle którego uchwała winna określać warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą, że poza terminem dostosowania (24 miesiące), maksymalnie 5% odstępstwem dotyczącym poszczególnych gabarytów, kwestią uporządkowania terenu po zakończeniu prac demontażowych oraz zdawkowo określonym sposobem dostosowania ogrodzeń pełnych (przebudowa na ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do elewacji ogrodzenia wynosi nie mniej niż 20% na każdy metr bieżący ogrodzenia) nie normuje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Jak słusznie podkreślił Sąd „Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały”.		Ad.12. uwaga uwzględniona			
			Uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, albowiem niejednokrotnie będzie dochodzić do sytuacji, w których legalnie usytuowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, a w tym szyldy, będą musiałyby być usuwane z uwagi na wprowadzone reguły normujące dopuszczalne odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, lub określony wymiar powierzchni elewacji budynku przeznaczony na umieszczanie na nim tych tablic i urządzeń. Uchwała nie odpowiada tu mianowicie na pytanie, które konkretnie spośród legalnie usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, i przy użyciu jakich kryteriów winna zostać dokonana ta selekcja. Za całkowicie niedopuszczalne i niezajdujące oparcia w przepisach obowiązującego prawa należy przy tym uznać pomysły, aby					

			<p>kwestie te zostały uregulowane osobno w innej uchwale, która zostałaby uchwalona po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, albowiem wedle 37a ust. 9 u.p.z.p. określenie warunków 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 może nastąpić wyłącznie w tej uchwale.</p>				
			<p>13. Zarzut dotyczący naruszenia zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz. U. z 2016 r. poz. 283). Nie można bowiem w uchwale posługiwać się pojęciami i określeniami niejednoznacznymi, które mogą być interpretowane w sposób dowolny, co może w konsekwencji prowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej, np. „przesłanianie ciągów oraz osi widokowych" — § 7 ust. 1 pkt 1 lit. b, „duża wytrzymałość mechaniczna", „wysoka odporność na dewastację" — § 7 ust. 1 pkt 2.</p> <p>Analiza poszczególnych postanowień koncepcji uchwały wykazała równocześnie istotne braki i nieściśłości w samej jej treści. Zostały one omówione szczegółowo poniżej wraz z nieprawidłowościami o innym charakterze. Wskazując na nieściśłości treści omawianej koncepcji konieczne jest przy tym powołanie się na wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 12 grudnia 2005 roku (sygn. kat: K 32/04, Opubl: Dz.U. rok 2005, Nr. 250, poz. 2116, str. 16353), w którym stwierdzono, że „ustawodawca, konstruując przepis, który ingeruje głęboko w sferę prywatności jednostki, musi uwzględnić nie tylko zasady przyzwoitej legislacji (w tym zasadę dookreśloności i konkretności), ale także rozważyć proporcjonalność zastosowanego środka. Nie wystarczy, aby stosowane środki sprzyjały zamierzonym celom, ułatwiały ich osiągnięcie albo były wygodne dla władzy, która ma je wykorzystać do osiągnięcia tych celów. Środki te powinny być godne państwa określanego jako demokratyczne i prawne. Pamiętać przy tym należy, że wskazane środki o tyle tylko mogą być uznane za usprawiedliwione, o ile ich własnym celem jest właśnie obrona wartości demokratycznego państwa prawnego. Minimalnym wymogiem konstytucyjnym jest to, aby przeszły one test "konieczności w demokratycznym państwie prawnym". Nie wystarczy zatem sama celowość, użyteczność, taniość czy łatwość posługiwania się przez władzę - w odniesieniu do użytego środka".</p>		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Zapisy projektu uchwały zostaną ponownie przeanalizowane i doprecyzowane by uwzględniły zasady techniki prawodawczej.
			<p>14. W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na wadliwość niektórych zapisów dotyczących dopuszczalnych formatów reklam. W szczególności bowiem w strefie IV, która dopuszcza sytuowanie billboardów, nośniki te nie będą spełniały swojej roli z kilku podstawowych powodów. Po pierwsze, przedmiotowe nośniki lokalizowane zgodnie z postanowieniami koncepcji uchwały będą znacznie odsunięte od drogi (10 metrów od zewnętrznej krawędzi jezdni). Nie będą one zatem widoczne, przez co nie będą spełniały swojej roli. Po drugie natomiast uchwała wprowadza jeden dopuszczalny gabaryt reklamy. W związku z tym postuluje się, dopuszczenie również innych formatów, z których od lat korzysta branża systemowej reklamy zewnętrznej nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach.</p>		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.14. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
			<p>15. Postuluje się zmniejszenie wskazanych w projekcie uchwały minimalnych odległości pomiędzy billboardami sytuowanymi wzdłuż dróg wewnętrznych, dojazdowych i lokalnych oraz innych dróg publicznych. W szczególności budzą istotne wątpliwości wskazane w § 16 ust. 2 projektu uchwały odległości billboardów od przecięcia osi jezdni skrzyżowań oraz odległości liczonej pomiędzy billboardami. Zdaniem reprezentowanej przeze mnie spółki przedmiotowe odległości są zbyt duże. Ponadto przeciw zmniejszeniu przedmiotowych odległości nie przemawiają jakiegokolwiek uzasadnione względy. Podobnie budzą istotne wątpliwości odległości dotyczące billboardów, które przewidziane zostały w strefie V. W tym zakresie należy wskazać przede wszystkim na określoną odległość pomiędzy billboardami wzdłuż dróg ekspresowych i autostrad, która została ustalona na poziomie 1000 m. Określenie aż tak dużej odległości pomiędzy billboardami nie jest przy tym uzasadnione z punktu widzenia celów projektowanej uchwały.</p>		Ad.15. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.15. Parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną zmienione i doprecyzowane. W wyniku dalszych prac zapisy uchwały w zakresie odległości pomiędzy billboardami i odległości od osi jezdni zostaną preredagowane.
			<p>16. Zdaniem reprezentowanej przeze mnie spółki projekt uchwały nawet w najmniejszym stopniu nie różnicuje sytuacji tablic i urządzeń reklamowych, które zrealizowane zostały w sposób legalny oraz tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych bez koniecznych zezwoleń administracyjnych. Pominięcie przedmiotowej kwestii stanowi istotne uchybienie, które ma wpływ na przyjęty kształt projektu uchwały. Podkreślenia bowiem wymaga, że organy administracji publicznej powinny w</p>			Ad.16. uwaga nieuwzględniona	Ad.16. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji

				<p>pierwszej kolejności skupić się na egzekwowaniu obecnie obowiązujących regulacji w zakresie sytuowania reklam, w tym przede wszystkim na likwidacji obiektów nielegalnie posadowionych, a nie na wprowadzaniu dalszych ograniczeń, które przede wszystkim uderzają w legalnie działające na rynku podmioty. Wskazywany przez władze miasta chaos w przestrzeni miejskiej jest bowiem spowodowany przez reklamy zrealizowane nielegalnie, które jak wynika z przeprowadzonych badań, stanowią przeważającą większość tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenie Gminy Miasta Krakowa.</p>				<p>sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.</p>
			<p>17. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, a także standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Kryterium, w oparciu o które powinno się decydować o pozostaniu danej tablicy oraz urządzenia reklamowanego w przestrzeni publicznej powinno stanowić legalność usytuowania oraz odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa. Kwestią nieistotną powinna być natomiast data, w której dana reklama została zrealizowana.</p>			<p>Ad.17. uwaga nieuwzględniona</p>	<p>Ad.17. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po roku 1989 i wynikające z niej przemiany gospodarcze miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie zapisów dotyczących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę tablic lub urządzeń i reklamowych ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, jak również pozostałych reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej poprzez określenie możliwości utrzymania ich gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich zostały wykonane. Zapisy § 9 ust. 6 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad określonych w projekcie, ale określają warunki, na jakich polegać ma dostosowanie reklam powstałych przed 1989 r. do warunków określonych w projekcie. Zapisy te zostaną doprecyzowane. Natomiast tablice i urządzenie reklamowe powstałe po 1989 r. będą podlegały dostosowaniu do zasad wynikających z projektu uchwały na ściśle określonych w nim zasadach.</p>	

					Art. 37a u.p.z.p. nie nakłada obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urzędzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, oraz tych, które funkcjonują nielegalnie.			
				18. Podjęcie uchwały w obecnej jej treści spowoduje istotne negatywne konsekwencje społeczno-gospodarcze. Po pierwsze bowiem wejście w życie omawianej uchwały skutkować będzie likwidacją ogromnej liczby miejsc pracy. Przeprowadzona w tym zakresie analiza wykazała, że w takim wypadku likwidacji ulegną setki a nawet tysiące stanowisk pracy. Na przedmiotową liczbę składają się bowiem nie tylko osoby zatrudnione bezpośrednio w firmach reklamowych, ale również osoby świadczące pracę w firmach zewnętrznych pośrednio związanych z przedmiotową branżą w tym osoby zatrudnione w drukarniach, czy też przy produkcji i montażu elementów tablic i urzędzeń reklamowych. Z drugiej strony wejście w życie omawianej uchwały wpłynie negatywnie na możliwość dalszego wynajmowania nieruchomości pod lokalizację tablic i urzędzeń reklamowych przez znaczną grupę osób fizycznych i prawnych, dla których zyski z przedmiotowej działalności często stanowią główne lub jedyne źródło dochodu.			Ad.22. nieuwzględniona	Ad.22. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urzędzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. W związku z powyższym nie zachodzi sytuacja, w której utrudnione będzie umieszczenie informacji o prowadzonej działalności, ponieważ projekt uchwały zakłada możliwość umieszczenia co najmniej jednego szyldu przez każdy podmiot prowadzący działalność.
				19. Ponadto należy stwierdzić, że projekt uchwały przewiduje zbyt krótki termin jaki zastrzeżony został do dostosowania tablic i urzędzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zawartych w uchwale zasad i warunków. Postanowienia uchwały w tym zakresie w ogóle nie uwzględniają przede wszystkim okoliczności, że umowy zawierane w branży reklamowej mają najczęściej charakter umów długoterminowych. Tym samym zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu do dostosowania tablic i urzędzeń reklamowych do zawartych w uchwale zasad i warunków spowoduje istotne komplikacje w sferze zawartych uprzednio stosunków cywilnoprawnych. Ponadto zastrzeżenie zbyt krótkiego terminu spowoduje, że dostosowanie tablic i urzędzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych.			Ad.19. uwaga nieuwzględniona	Ad.19. Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie uchwały umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.
				20. Projekt uchwały w żaden sposób nie uwzględnia uprawnień nabytych przed wejściem uchwały w życie. Zdaniem mojego mocodawcy urządzenia reklamowe wykonane w sposób legalny na podstawie uzyskanych pozwoleń administracyjnych powinny być wyłączone spod zakresu działania przedmiotowej uchwały, gdyż w przeciwnym wypadku uchwała będzie de facto pozbawiać uprawnień uzyskanych zgodnie z prawem, które podlegają ochronie w świetle obowiązującej Konstytucji RP. W tym zakresie należy podkreślić, że ochrona praw nabytych jest jedną z podstawowych zasad państwa prawa, która wiąże się ściśle z zasadą nieretroaktywności prawa. Za niedopuszczalną należy zatem uznać sytuację, w której inwestor po wykonaniu obiektu reklamowego na podstawie stosownych pozwoleń administracyjnych (np. pozwolenia na budowę) będzie następnie zobowiązany do zlikwidowania wykonanego urządzenia pod groźbą bardzo wysokich sankcji administracyjnych.			Ad.20. uwaga nieuwzględniona	Ad.20. Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urzędzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra

								jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności.
				21. Należy zauważyć, że w obowiązujących na terenie gminy miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego określone zostały odpowiednie zasady dotyczące kwestii ogrodzeń i reklam. Tym samym wprowadzenie bardziej radykalnych rozwiązań jest zupełnie niecelowe i niepotrzebne.			Ad.21. uwaga nieuwzględniona	Ad.21. Wprowadzenie kompleksowych regulacji dotyczących całego obszaru miasta ma na celu ochronę krajobrazu i zapewnienie ładu przestrzennego. Wprowadzenie bardziej rygorystycznych rozwiązań ma na celu ułatwienie pieszym dostępu do poszczególnych terenów, które ze względu na swoją funkcję posiadają charakter terenów ogólnodostępnych.
				22. Istotne wątpliwości budzi również wyznaczenie jedynie 5 stref krajobrazowych, na które podzielony został teren Gminy Miejskiej Kraków. Należy bowiem stwierdzić z pełną stanowczością, że tereny poszczególnych dzielnic miasta istotnie różnią się w zakresie form reklamy zewnętrznej. Inne zasady i zwyczaje istnieją na terenie przykładowo Wróblowic i Swoszowic, a inne w rejonie Błoń, ulicy Mazowieckiej, czy też ulicy Królewskiej. Tymczasem przedmiotowe tereny zostały włączone do tej samej strefy krajobrazowej, co nawet w najmniejszym stopniu nie uwzględnia indywidualnych uwarunkowań występujących na przedmiotowych terenach.			Ad.22. uwaga nieuwzględniona	Ad.22. Podział na strefy ma na celu czytelne określenie zasad dla poszczególnych terenów, granice stref zostaną ponownie zweryfikowane
				23. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach nośnika reklamowego lub też szyldu niezależnie od ustaleń uchwały. Nie można bowiem wykluczyć, że w pewnych konkretnych sytuacjach faktycznych zasady lub wartości ogólnospołeczne, będą przemawiały za wydaniem zgody na odstępienie od postanowień uchwały. Pewne wartości w konkretnych sytuacjach mogą być bowiem wyżej cennie od bezrefleksyjnego dążenia do osiągnięcia harmonii i porządku przestrzennego. Możliwość odstąpienia od zasad ogólnych przewidziana jest przy tym często w konkretnych aktach prawa powszechnie obowiązującego. Tym samym taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstępstwo powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale.			Ad.23. uwaga nieuwzględniona	Ad.23. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie dopuszcza by inny podmiot poza Radą Miasta Krakowa określał zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
41.	41.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu §19 pkt. 3.1b z: "na płaszczyźnie elewacji stanowiącej ślepa ścianę budynku w nie więcej niż jednej kolumnie, tworzącej spójny ciąg o łącznej powierzchni reklam nieprzekraczającej 3 m ² , usytuowanej w narożnej strefie parteru budynku, z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie niniejszych niż 0,1 m" na: "na płaszczyźnie elewacji stanowiącej ślepa ścianę budynku w nie więcej niż jednej kolumnie maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, tworzących spójny ciąg o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 24 m ² , z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1m"			uwaga nieuwzględniona	Zapis ma na celu uporządkowanie przestrzeni miasta oraz zapobieganiu nadmiernemu zaśmieceniu krajobrazu – z tego też względu zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 24m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu.
42.	42.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu §21 pkt. 1.8 Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o

				zewnątrznej. Obecnie rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.				jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
43.	43.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 21 pkt. 1.4) z „(...) o powierzchni co najmniej 0,5 ha jednego urzędzenia reklamowego (...)” na „(...) o powierzchni co najmniej 0,5 ha czterech urzędzeń reklamowych lub tablic reklamowych (...)”			uwaga nieuwzględniona	Nadmierna ilość nośników spowoduje chaos informacyjny, utrudnia czytelność i odbiór informacji. Zapisy te zostaną ponownie przeanalizowane i w wyniku dalszych prac mogą ulec nieznacznej korekcie.
44.	44.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 21 pkt. 1.1) z „(...) urzędzeń reklamowych o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 4 m ² i wysokości 3 m (...)” na „(...) urzędzeń reklamowych lub tablic reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej każdego z nich do 18 m ² i wysokości 9 m (...)”			uwaga nieuwzględniona	Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do zwiększenia wielkości urzędzeń reklamowych.
45.	45.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 19 pkt. 5.2) z „(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)” na „(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”			uwaga uwzględniona	
46.	46.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w części dotyczącej okresu dostosowawczego (§ 28 pkt. 3) z „24 miesięcy” na „60 miesięcy”			uwaga nieuwzględniona	Termin dostosowania obiektów, który został określony w projekcie umożliwi wprowadzenie zmian w zagospodarowaniu nieruchomości w zakresie wskazanym w projekcie.
47.	47.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 5.7 z „wysokość do 9 m” na „wysokość do 10 m”			uwaga uwzględniona	
48.	48.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 5.4c) z „1000 m wzdłuż dróg ekspresowych i autostrad” na „200 m wzdłuż dróg ekspresowych i autostrad”			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały. Parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną doprecyzowane i zmienione, jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
49.	49.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 5.4b) z „100 m wzdłuż dróg klasy zbiorczej, głównej i klasy głównej ruchu przyspieszonego” na			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co

				„50 m wzdłuż dróg klasy zbiorczej, głównej i klasy głównej ruchu przyspieszonego”				wpłyne na korektę zapisów tekstu uchwały. Parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną doprecyzowane i zmienione jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
50.	50.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej wymiar średnicy (§ 12 pkt. 3.3) z „1,2 m” na „1,6 m”			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Parametry gabarytów dla słupów plakatowo – reklamowych zostaną doprecyzowane i zmienione.
51.	51.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 5.4a) z „50 m wzdłuż dróg klasy wewnętrznej, dojazdowej i lokalnej” na „30 m wzdłuż dróg klasy wewnętrznej, dojazdowej i lokalnej”			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały. Parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną doprecyzowane i zmienione, jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
52.	52.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 18 pkt. 4.8g) tir. 3			uwaga uwzględniona	
53.	53.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 4.8d) z „(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)” na „(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”			uwaga uwzględniona	
54.	54.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 21 pkt. 2.1) „1) aby tablice i urządzenia reklamowe niestanowiące szyldów umieszczać jedynie w parterze budynku”,			uwaga nieuwzględniona	W celu ochrony harmonii i ładu przestrzennego, możliwość sytuowania reklam niestanowiących szyldów została ograniczona co do zasady do parteru.
55.	55.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17 pkt. 3.1b) z "na płaszczyźnie elewacji stanowiącej ślepa ścianę budynku w nie więcej niż jednej kolumnie, tworzącej spójny ciąg o łącznej powierzchni reklam nieprzekraczającej 3 m ² , usytuowanej w narożnej strefie partu budynku, z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m" na: "na płaszczyźnie elewacji stanowiącej ślepa ścianę budynku w nie więcej niż jednej kolumnie maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, tworzących spójny ciąg o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 24 m ² , z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1m"			uwaga nieuwzględniona	Zapis ma na celu uporządkowanie przestrzeni miasta oraz zapobieganiu nadmiernemu zaśmieceniu krajobrazu, z tego też względu zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 24 m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu.
56.	56.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w § 17 pkt. 3.2 z „maksymalną powierzchnię do 1,5 m ² ” na „maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 18 m ² ”			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zapis ma na celu uporządkowanie przestrzeni miasta oraz zapobieganiu nadmiernemu zaśmieceniu krajobrazu, z tego też

								względnie zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 18 m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu. Zapisy te w wyniku dalszych prac mogą ulec nieznacznej korekcie.
57.	57.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu §18 pkt. 2.5) <i>„5) o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekranów LED, LCD, itp., z wyjątkiem ust. 4.”</i> Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
58.	58.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 17 pkt. 7 <i>„7) Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elementach stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych, targowych, handlowych i wystawienniczych, niestanowiących ogrodzeń lub elementów wygradzeniowych, na następujących zasadach:</i> 1) <i>sytuowanie nie więcej niż jednej reklamy o powierzchni odpowiadającej powierzchni formatu A4 na co drugim lambrekinie otaczającym czaszę parasola – należy stosować kolorystykę poszycia parasoli barwy białej lub beżowej;</i> 2) <i>sytuowanie nie więcej niż jednej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o powierzchni reklamy odpowiadającej powierzchni formatu A5 na elementach wyposażenia innych niż czasza parasola;</i> 3) <i>kolorystyka monochromatyczna, niekontrastowa, spójna z kolorystyką zastosowanego wyposażenia.”</i> Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.			uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany zapis mieści się w dyspozycji art. 37a ust.1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
59.	59.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17 pkt. 5.2) z <i>„(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)”</i> na <i>„(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”</i>		uwaga uwzględniona		
60.	60.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 17 pkt. 3.3) <i>„3) łączna dopuszczalną powierzchnię tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji budynku nieprzekraczającą 15% powierzchni elewacji parteru;”</i>			uwaga nieuwzględniona	Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ładu przestrzennego. Zapisy odnośnie powierzchni elewacji budynku zajętej przez tablice reklamowe i urządzenia reklamowe zostaną doprecyzowane.
61.	61.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18 pkt. 4.7c) z			uwaga	Gabaryty słupów

				„średnica walca słupa do 1,3 m” na „średnica walca słupa do 1,6 m”			niewzględzona z zastrzeżeniem	plakatowo-reklamowych określone w projekcie uchwały zostaną doprecyzowane i zmienione.
62.	62.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 19 pkt. 2.7) „7) o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.;" Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.			uwaga niewzględzona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
63.	63.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 19 pkt. 3.1a) tir. 3 z "w jednej kolumnie, tworzącej spójny ciąg o łącznej powierzchni reklam nieprzekraczającej 3 m ² , usytuowanej w narożnej strefie parteru budynku, z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m" na "w jednej kolumnie maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, tworzących spójny ciąg o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 24 m ² , z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m"			uwaga niewzględzona z zastrzeżeniem	Zapis ma na celu uporządkowanie przestrzeni miasta oraz zapobieganiu nadmiernemu zaśmieceniu krajobrazu – z tego też względu zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 24 m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu.
64.	64.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej odległość (§ 16 pkt. 1.2e) z 200 m na 50 m.			uwaga niewzględzona z zastrzeżeniem	Prawidłowe odesłanie to [§ 16 pkt. 2.1e] Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu projektu uchwały. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną doprecyzowane i zmienione, jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
65.	65.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej odległość (§ 16 pkt. 1.2f) z 5 m na 1 m.			uwaga niewzględzona z zastrzeżeniem	Prawidłowe odesłanie to [§ 16 pkt. 2.1f] Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu projektu uchwały. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy billboardami zostaną doprecyzowane i

								zmienione, jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
66.	66.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 16 pkt. 2.3)</p> <p>„3) zakaz stosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wykorzystujących projekcje świetlne lub elementy ruchome, emitujące światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekrany LED, LCD, itp.;”</p> <p>Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.</p>			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
67.	67.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę treści zapisu w § 16 pkt. 2.4a) z:</p> <p>„powierzchnia reklamy od 17,5 m² do 18,5 m²”</p> <p>na</p> <p>„powierzchnia ekspozycyjna do 18,5 m²”</p>			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
68.	68.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 17 pkt. 2.7)</p> <p>„7) o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD;”</p> <p>Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.</p>			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
69.	69.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17 pkt. 3.1a) tir. 3 z:</p> <p>"w jednej kolumnie, tworzącej spójny ciąg o łącznej powierzchni reklam nieprzekraczającej 3 m², usytuowanej w narożnej strefie parteru budynku, z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m"</p> <p>na</p> <p>"w jednej kolumnie maksymalnie dwóch tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, tworzących spójny ciąg o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 24 m², z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m"</p>			uwaga nieuwzględniona	Zapis ma na celu uporządkowanie przestrzeni miasta oraz zapobieganiu nadmiernemu zaśmieceniu krajobrazu – z tego też względu zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 24 m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu.
70.	70.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej odległość (§ 16 pkt. 1.2a) z 100 m na 50 m.			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	<p>Prawidłowe odesłanie to [§ 16 pkt. 2.1a]</p> <p>Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu projektu uchwały. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy billboardami</p>

								zostaną doprecyzowane i zmienione, jednak w sposób inny niż wskazany w uwadze.
71.	71.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 15 pkt. 4)</p> <p>„4) tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe na elementach stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych, stoisk targowych, handlowych i wystawienniczych, niestanowiących ogrodzeń lub elementów wygrodeniowych, na następujących zasadach:</p> <p>a) sytuowanie nie więcej niż jednej reklamy o powierzchni odpowiadającej powierzchni formatu A4 na co drugim lambrekinie otaczającym czaszę parasola – należy stosować kolorystykę poszycia parasoli barwy białej lub beżowej,</p> <p>b) sytuowanie nie więcej niż jednej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o powierzchni reklamy odpowiadającej powierzchni formatu A5 na elementach wyposażenia innych niż czasza parasola,</p> <p>c) kolorystyka monochromatyczna, niekontrastowa, spójna z kolorystyką zastosowanego wyposażenia;”</p> <p>Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.</p>			uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany zapis mieści się w dyspozycji art. 37a ust.1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
72.	72.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę treści zapisu w § 15 pkt. 2b) z</p> <p>„(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)”</p> <p>na</p> <p>„(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”</p>			uwaga uwzględniona	
73.	73.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o zmianę treści zapisu w § 13 pkt. 5.3) z</p> <p>„(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)”</p> <p>na</p> <p>„(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”</p>			uwaga uwzględniona	
74.	74.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 13 pkt. 8</p> <p>„8) Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elementach stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych, stoisk targowych, handlowych i wystawienniczych (z wyłączeniem ogrodzeń lub elementów wygrodeniowych) ustala się:</p> <p>1) sytuowanie nie więcej niż jednej reklamy o powierzchni odpowiadającej powierzchni formatu A4 na co drugim lambrekinie otaczającym czaszę parasola – należy stosować kolorystykę poszycia parasoli barwy białej lub beżowej;</p> <p>2) sytuowanie nie więcej niż jednej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o powierzchni reklamy odpowiadającej powierzchni formatu A5 na elementach wyposażenia innych niż czasza parasola;</p> <p>3) kolorystyka monochromatyczna, niekontrastowa, spójna z kolorystyką zastosowanego wyposażenia.”</p> <p>Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.</p>			uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany zapis mieści się w dyspozycji art. 37a ust.1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
75.	75.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 10 pkt. 2.2)</p> <p>„2) zakaz umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.;"</p> <p>Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.</p>			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
76.	76.	13.10.2017	[...]*	<p>Wnosi o usunięcie zapisu § 10 pkt. 3.7)</p> <p>„7) nakaz umieszczania reklam jako plakat papierowy klejony.”</p>			uwaga uwzględniona	

77.	77.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 11 pkt. 2.b z „(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)” na „(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”		uwaga uwzględniona		
78.	78.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 11 pkt. 4 „4) na elementach stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych, stoisk targowych, handlowych i wystawienniczych, niestanowiących ogrodzeń lub elementów wygradzeniowych, na następujących zasadach: a) sytuowanie nie więcej niż jednej reklamy o powierzchni odpowiadającej powierzchni formatu A4 na co drugim lambrekinie otaczającym czaszę parasola – należy stosować kolorystykę poszycia parasoli barwy białej lub beżowej, b) sytuowanie nie więcej niż jednej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o powierzchni reklamy odpowiadającej powierzchni formatu A5 na elementach wyposażenia innych niż czasza parasola, c) kolorystyka monochromatyczna, niekontrastowa, spójna z kolorystyką zastosowanego wyposażenia.” Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.		uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany zapis mieści się w dyspozycji art. 37a ust.1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.	
79.	79.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej odległość (§ 12 pkt. 1. 2c) z 80 m na 50 m.		uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu projektu uchwały. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.	
80.	80.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w części wskazującej odległość (§ 12 pkt. 1.2e) z „(...) w strefie 50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań (...)” na „(...) w strefie 20 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań (...)”		uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu projektu uchwały. Granice stref a także parametry odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi zostaną doprecyzowane i zmienione.	
81.	81.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 12 pkt. 3.5) „5) zakaz sytuowania słupów plakatowo-reklamowych z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.;" Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.		uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Zapisy uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.	
82.	82.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 12 pkt. 4.4) z „(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)” na „(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”		uwaga uwzględniona		

83.	83.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 13 pkt. 2.7) „7) o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp. z wyjątkiem paneli reklamowych w wiatach przystanków komunikacji;” Zapis nie uwzględnia wykorzystania nowych technologii. Zapis w obecnym brzmieniu istotnie ogranicza stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy stosowane w zakresie reklamy zewnętrznej. Obecne rozwiązania dostosowane są do otaczającej przestrzeni, nie powodują obniżenia komfortu osób, które z niej korzystają.			uwaga nieuwzględniona	Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.
84.	84.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę treści zapisu w § 9 pkt. 8 z „(...) o wymiarach tablicy reklamowej (...)” na „(...) o wymiarach powierzchni ekspozycyjnej (...)”		uwzględniona		
85.	85.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu § 4 pkt. 1.1) poprzez rozszerzenie katalogu materiałów z jakich powinien być wykonany nośnik reklamowy.		uwzględniona		
86.	86.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu § 4 pkt. 1.17) poprzez rozszerzenie katalogu obiektów, w których może być sytuowany panel reklamowy, mianowicie umożliwienie wykorzystania do tego celu małych obiektów handlowych tj. kiosków.		uwzględniona z zastrzeżeniem		Po przeprowadzeniu analiz zostaną wskazane dodatkowe objekty, na których możliwe będzie sytuowanie paneli reklamowych
87.	87.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o usunięcie zapisu § 9 pkt. 3.2 „2) na urządzeniach bankomatowych, lub w miejscu ich lokalizacji, o łącznej powierzchni reklam nie większej niż 1 m ² ;” Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zapis zostanie doprecyzowany, aby nie budził wątpliwości interpretacyjnych i nie naruszał zasady równości podmiotów wobec prawa.
88.	88.	13.10.2017	[...]*	Wnosi o zmianę zapisu w § 19 pkt. 3.2) z „maksymalną powierzchnię do 1,5m ² ” na „maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 18m ² ”			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Zapisy dotyczące maksymalnej powierzchni tablic i urządzeń reklamowych zostaną doprecyzowane Zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamowej do 18 m ² nie wpłynie pozytywnie na ochronie krajobrazu.
89.	89.	13.10.2017	[...]*	1. Wnosimy o zakwalifikowanie terenu dz. 234, 235, 168/4, 168/6, cz. dz.168/11(część działki znajdująca się w Studium w kategorii UM) obr. 5 Podgórze do strefy krajobrazowej V- obszar ochrony krajobrazu lokalnego (obecnie w projekcie teren zakwalifikowany do III strefy krajobrazowej — obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego). Zwracamy uwagę, iż w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego teren ten przeznaczony jest pod funkcję UM. UM — Tereny zabudowy usługowej oraz zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej Funkcja podstawowa: - Zabudowa usługowa realizowana jako budynki przeznaczone dla następujących funkcji: handel, biura, administracja, szkolnictwo i oświata, kultura, usługi sakralne, opieka zdrowotna, usługi pozostałe, obiekty sportu i rekreacji, rzemiosło, przemysł wysokich technologii wraz z niezbędnymi towarzyszącymi obiektami budowlanymi (mln. parkingi, garaże) oraz zielenią towarzyszącą zabudowie; - Zabudowa mieszkaniowa wielorodzinna wysokiej intensywności realizowana jako budynki mieszkaniowe wielorodzinne, (m.in. zabudowa osiedli mieszkaniowych, budynki wielorodzinne	dz. 234, 235, 168/4, 168/6, cz. dz.168/11 obr.5 Podgórze		Ad.1 uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1 Po przeanalizowaniu zostaną wyznaczone nowe granice stref w tekście uchwały, co pomocniczo zostanie zobrazowane na rysunku stanowiącym załącznik do projektu uchwały. Dodatkowo w każdej strefie zostaną określone na nowo zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń

			<p>realizowane jako uzupełnienie tkanki miejskiej) wraz z niezbędnymi towarzyszącymi obiektami budowlanymi (m.in. parkingi, garaże) oraz z zielenią towarzyszącą zabudowie.</p> <p>Również w sporządzanym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego BODZÓW - REJON ULICY WIDŁAKOWEJ teren ten przeznaczony jest pod funkcję UMW/1 i UMW/2. Z powyższego wynika, iż zasadne jest zastosowanie na terenie przedmiotowych działek strefy krajobrazowej V. Ponadto zwracamy uwagę, iż na terenie tym może powstać zarówno zabudowa mieszkalna wielorodzinna, mieszkalna wielorodzinna z usługami jak i usługowa. Uważamy, iż wprowadzenie w zakresie całej gminy stref przestrzennych nr II o przeważającej funkcji terenów mieszkaniowych wielorodzinnych albo nr III o przeważającej funkcji terenów usługowych na terenach UM(usługowej oraz mieszkaniowej wielorodzinnej) ogranicza możliwości takich terenów do jednej z funkcji. Uważamy, iż uchwała krajobrazowa powinna uwzględniać strefy „mieszane” takie jak np. „UM” stosowne do przeznaczenia w Studium bądź miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Wprowadzenie strefy przestrzennej II na terenie UM znacznie zawęża jej możliwości i jest niezgodne z wytycznymi planistycznymi. Na takich terenach Inwestor powinien mieć możliwość wyboru funkcji przeważającej (np. usługowej), a uchwała krajobrazowa w tym zakresie powinna stanowić odniesienie do nich obydwóch. W związku z powyższym wnosimy o ustalenie strefy w uchwale krajobrazowej odpowiadającej kategorii UM. Dla zabudowy usługowej, mieszkalnej wielorodzinnej z usługami, mieszkalnej wielorodzinnej w tym terenie prosimy o umożliwienie zastosowania ogrodzeń. Prosimy również w przypadku realizacji usług o możliwość zastosowania reklamy stosownej dla powyższej funkcji .</p>				reklamowych.
			<p>2. Wnosimy o zakwalifikowanie działek nr: 168/1, cz. dz. 168/11 (część działki znajdująca się w Studium w kategorii ZU), 233/8, 233/5, 233/12, 226 obr. 5 Podgórze do III strefy przestrzennej - o przeważającej funkcji terenów usługowych. Prosimy o możliwość zastosowania w tym terenie ogrodzeń. Swoją prośbę motywujemy faktem, iż teren ten znajduje się w Studium w kategorii ZU gdzie funkcja dopuszczalna to zabudowa realizowana jako terenowe obiekty i urządzenia sportowe, obiekty budowlane obsługujące tereny zieleni, takie jak: wypożyczalnie sprzętu sportowego, kawiarnie, cukiernie, oranżerie, cieplarnie, obiekty małej architektury itp. Obszar ten przeznaczony jest pod zarówno pod usługi jak i zieleni. Zwracamy uwagę, iż teren stanowi własność prywatną i wnosimy o możliwość wykonania ogrodzenia, ze względów bezpieczeństwa, utrzymania i ochrony przed zniszczeniem czy wandalizmem.</p>	dz. 168/1, cz. dz. 168/11 (część działki znajdująca się w Studium w kategorii ZU), 233/8, 233/5, 233/12, 226 obr. 5 Podgórze	Ad.2. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.2. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem zagospodarowania działki. Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów zielonych.
			<p>3. Wnosimy o wyjaśnienie pojęcia terenów towarzyszących obiektom usług gdyż definicja wydaje się niezrozumiała. Czy mamy przez to rozumieć tereny przyległe do usług tj. place, parkingi, dojazdy chodniki, zieleni towarzyszącą? Czy do takiego terenu wliczana jest również powierzchnia zabudowy pod zabudową usługową? Ze względu na fakt, iż w definicji wspomniano o handlu i stacjach paliw, prosimy o wyjaśnienie czy pojęcie dotyczy również innych usług, gdyż katalog usług jest bardzo szeroki np. w definicji ze Studium zawiera m. in. handel, biura, administracja, szkolnictwo i oświata, kultura, usługi sakralne, opieka zdrowotna, lecznictwa uzdrowiskowego, usługi pozostałe, obiekty sportu i rekreacji, rzemiosło, przemysł wysokich technologii wraz z niezbędnymi towarzyszącymi obiektami budowlanymi.</p>		Ad.3 uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.3. Zgodnie z przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uchwała krajobrazowa może wydzielać w ramach obszaru gminy różne strefy o odmiennych zasadach i warunkach sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W związku z tym, z uwagi na kryteria funkcjonalne, takie obszary w terenie miasta zostały wydzielone. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane.
			<p>4. Wnosimy o zakwalifikowanie działek nr 233/10, 233/9, 233/14, 233/13 obr. 5 Podgórze do strefy przestrzennej I o przeważającej funkcji terenów mieszkaniowych jednorodzinnych. Zwracamy uwagę, iż dla przedmiotowego terenu zostały wydane ostateczne Pozwolenia na Budowę dla zabudowy jednorodzinnej. Dla działki nr 233/8 obr. 5 Podgórze również wnosimy o zakwalifikowanie jej do strefy przestrzennej I, gdyż prowadzone jest dla niej postępowanie o WZ dla zabudowy jednorodzinnej i zamiarem Inwestora jest realizacja takiej zabudowy.</p>	dz. nr 233/10, 233/9, 233/14, 233/13, nr 233/8 obr. 5 Podgórze	Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.4. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem zagospodarowania działki.

					Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów zielonych.			
				5. W §26 dla IV strefy przestrzennej - o przeważającej funkcji terenów zieleni prosimy o możliwość sytuowania ogrodzeń o wysokości do 2,2 m również dla terenów na których znajdują się urządzenia i obiekty sportowe, obiekty budowlane obsługujące tereny zieleni, takie jak: wypożyczalnie sprzętu sportowego, kawiarnie, cukiernie, oranżerie, cieplarnie, obiekty małej architektury itp. oraz dla terenów zielonych m.in. stanowiących tereny prywatne. Ma to olbrzymie znaczenie w szczególności dla dużych obszarów w zakresie ich bezpieczeństwa , utrzymania i ochrony przed zniszczeniem czy wandalizmem.		Ad.5. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.5. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem zagospodarowania działki. Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów zielonych.
				6. Na terenie działek nr 198/9, 199/1, 199/3, 200/4, 200/5, 200/6, 201111, 201/12, 201/13 obr.2 Nowa Huta wnosimy o zmianę kwalifikacji terenu na III strefę przestrzenną, gdyż na przedmiotowym terenie planowana jest zabudowa usługowa w oparciu o ostateczną decyzję WZ, jednocześnie wnosimy o uwzględnienie przedmiotowego terenu w V strefie kraj obrazowej .	dz. nr 198/9, 199/1, 199/3, 200/4, 200/5, 200/6, 201/11, 201/12, 201/13 obr.2 Nowa Huta	Ad.6. uwaga uwzględnione z zastrzeżeniem		Ad.6. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem zagospodarowania działki. Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów zielonych.
				7. Na terenie działek nr 201/12, 201/11 obr. wnosimy o zmianę kwalifikacji terenu na II strefę przestrzenną, gdyż na przedmiotowym terenie planowana jest zabudowa mieszkaniowa wielorodzinna w oparciu o ostateczną decyzję WZ, jednocześnie wnosimy o uwzględnienie przedmiotowego terenu w V strefie krajobrazowej.	dz. nr 201/12, 201/11 obr. 2 Nowa Huta	Ad.7. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.7. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem zagospodarowania działki. Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów działek, na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne.
				8. Wnosimy aby w §24 dla strefy przestrzennej II o przeważającej funkcji terenów wielorodzinnych dopuścić możliwość sytuowania ogrodzeń dla funkcji mieszkalnej wielorodzinnej na działkach powyżej 20 arów ze względów bezpieczeństwa mieszkańców, przy założeniu odpowiedniej estetyki ogrodzeń. Prosimy o dopuszczenie ogrodzeń również dla funkcji mieszanej tj. dla zabudowy mieszkalno-usługowej.			Ad.8. uwaga nieuwzględniona	Ad.8. Zmieniony projekt uchwały powiąże możliwość grodzenia ze sposobem

								zagospodarowania działki. Niemniej poza określonymi przypadkami projekt uchwały zakłada zakaz grodzenia terenów działek, na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne.
				9. W odniesieniu do §28 3. Prosimy o wyjaśnienie jak zapis ten ma się do istniejących ogrodzeń na osiedlach mieszkalnych wielorodzinnych (zamkniętych)? Czy jeśli ogrodzenia te nie są wykonane z betonowych prefabrykowanych przeseł lub blachy to mogą pozostać? Czy nośniki/urządzenia reklamowe, billboardy i pylony reklamowe istniejące, mała architektura, jeśli nie spełniają wymagań zgodnych z wytycznymi uchwały będą musiały zostać zdemontowane w ciągu 24 miesięcy?		Ad.9. ---	Ad.9. ---	Ad.9. Postulat nie stanowi uwagi, niemniej zapisy dotyczące dostosowania obiektów do postanowień projektu uchwały zostaną doprecyzowane.
90.	90.	16.10.2017 (data stempla 13.10.2017)	[...]*	<p>Na wstępie jednak pragniemy wyrazić przekonanie, że dobra uchwała regulująca miejską przestrzeń publiczną i zasady rozmieszczania w niej tablic reklamowych jest bardzo Miastu Kraków potrzebna. Jednakże uchwała ułomna pod względem prawnym, niespójna wewnątrznie oraz będąca w konflikcie z ustawą zasadniczą nie przysłuży się nikomu.</p> <p>Ustawa Krajobrazowa wprowadziła modyfikacje w szeregu aktów prawnych. Kluczowymi czynnikami skutecznego i efektywnego wdrożenia przyjętych rozwiązań będzie ich zgodność z:</p> <ul style="list-style-type: none"> • porządkiem konstytucyjnym, • wzajemna koherentność (spójność pojęć we wszystkich aktach prawnych) • i działanie wpisujące się w logikę procesów gospodarczych. <p>Uważamy, że proces porządkowania reklamy powinien być prowadzony w czterech, wzajemnie uzupełniających się obszarach, które opisujemy poniżej.</p> <p>1. Wprowadzane zmiany muszą tworzyć skoordynowany pod względem czasowym system działań, oparty na wnikliwej analizie stanu istniejącego oraz analizie skutków wprowadzenia uchwały, w następującej sekwencji:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. przeprowadzenie audytów krajobrazowych, b. przyjęcie uchwał dotyczących urbanistycznych zasad ochrony krajobrazu, c. przyjęcie zasad lokalizowania i warunków technicznych dla reklam, d. wydanie zasad sytuowania reklam w pasie drogowym, e. przyjęcie uchwał dotyczących opłat za wykorzystywanie przestrzeni publicznej do celów reklamowych. 			Ad.1. nieuwzględniona	Ad.1. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia wskazanych w uwadze prac poprzedzających sporządzanie projektu uchwały, niemniej jednak zespół sporządzający projekt uchwały bazując na swoim doświadczeniu dokonał niezbędnego rozpoznania problematyki stanowiącej przedmiot regulacji uchwały. Ustawa o podatkach i opłatach lokalnych określa, że opłata reklamowa może być pobierana jedynie na obszarach, dla których obowiązują zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń
				2. System prawny musi być koherentny. Kluczowe dla niego jest usystematyzowanie we wszystkich aktach prawnych terminu „reklama” oraz innych pojęć z nią związanych, optymalnie poprzez zdefiniowanie ich w jednej z ustaw i traktowanie jako wiążących przy stosowaniu w pozostałych regulacjach. Szczególnie starannie należy zadbać o konstytucyjną zgodność wprowadzanych przepisów.		Ad.2. ---	Ad.2. ---	Ad.2. Pismo nie stanowi uwagi w zakresie podniesionych postulatów dotyczących: porządku konstytucyjnego, spójności aktów prawnych, opisu procesów gospodarczych oraz w zakresie odnoszącym się do możliwego sposobu

							postępowania przy wykonaniu działań związanych z ochroną krajobrazu, ponieważ nie kwestionuje ustaleń zawartych w projekcie uchwały.
						Ad.3. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.3. Przepisy dostosowawcze zostaną doprecyzowane.
						Ad.4.1) uwaga nieuwzględniona	Ad.4.1) Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie wskazuje na konieczność przeprowadzenia wskazanych w uwadze prac poprzedzających sporządzenie projektu uchwały.
						Ad.4.2) tiret pierwsze uwaga nieuwzględniona	Ad.4.2) tiret pierwsze Celem wprowadzenia do u.p.z.p. zapisów regulujących zagadnienie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego i zadbanie o ład przestrzenny. Wprowadzona regulacja umożliwia gminie ograniczenie jednego dobra jakim jest interes indywidualny ze względu na ochronę innego dobra jakim jest ład przestrzenny. Projekt uchwały spełnia ten postulat i przyjęte regulacje uwzględniają zasadę proporcjonalności
						Ad.4.2) tiret drugie uwaga uwzględniona	
						Ad.4.2)	
			<p>3. Porządku reklamowego nie można rozpatrywać w oderwaniu od ładu przestrzennego. Dlatego zasady stanowienia i powiązania pomiędzy aktami prawa miejscowego dotyczącymi reklamy, w tym w zakresie jej opodatkowania, muszą być wzajemnie spójne. Konieczne jest też ustanowienie przepisów przejściowych, gwarantujących respektowanie praw nabytych, ochronę inwestycji oraz tryb ewentualnej wymiany urządzeń reklamowych.</p> <p>4. 1) Pas drogowy jest obszarem o szczególnym znaczeniu dla przestrzeni publicznej. Jego wykorzystanie dla celów reklamowych zarówno na bazie umów cywilno-prawnych, jak i decyzji administracyjnych powinno opierać się na jasnych zasadach ustanowionych przez zarządcę drogi. Sprawą fundamentalną jest właściwe rozłożenie procesu w czasie. Zmiany o trwałym charakterze i pozytywnym kierunku, należy zacząć od przeprowadzenia audytów krajobrazowych. Powinny one także objąć inwentaryzację reklam i potencjalnych terenów pod reklamę na danym obszarze. Dopiero na tej podstawie mogą zostać uchwalone urbanistyczne zasady ochrony krajobrazu a w ich konsekwencji zasady lokalizowania i warunki techniczne dla reklam w poszczególnych gminach. Po ustanowieniu zasad gminnych, ostatnim krokiem może być uchwalenie opłat od reklam. Taki tryb procedowania pozwoli wszystkim stronom procesu (samorządom, właścicielom nieruchomości, firmom reklamowym i innym podmiotom wykorzystującym konstrukcje reklamowe do promocji własnej działalności gospodarczej) na właściwe przygotowanie się do zmian i wprowadzenie ich w sposób gwarantujący spójność koncepcji.</p> <p>2) [...], jako profesjonalna firma reklamy zewnętrznej działająca na polskim rynku od wielu lat oczekuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> — respektowania w uchwale praw nabytych, — aby zapisy uchwały były spójne, jasne, koherentne, zgodne z Konstytucją RP, — otwarcia i edukacji zespołu biura architektury i urbanistów pracujących nad regulacjami dla dobrego zrozumienia funkcji społecznej, gospodarczej, informacyjnej, konsumpcyjnej przestrzeni miast. W przestrzeni publicznej Miast mamy do czynienia z nadmiarem szyldów i informacji o prowadzonej działalności. To one w największym stopniu wpływają na wizerunek Miasta. Dla przykładu: przeprowadzony w Warszawie w sierpniu 2015 roku audyt ciągu ulicy Wał Miedzeszyński na odcinku od Mostu Siekierkowskiego do granicy miasta wykazał funkcjonowanie 614 różnych szyldów, informacji wizualnych, reklam, itd. Tylko 48 z nich, to jest 7,8% stanowiły nośniki reklamy systemowej należące do profesjonalnych firm oferujących przygotowanie i prowadzenie kampanii w zakresie reklamy zewnętrznej. — zrozumienia roli zdefiniowania zasad komercyjnego parteru, który ze względu na swoją wyjątkową i odrębną funkcję usługowo-handlową, zaspokajając potrzeby społeczne, komunikacyjne, informacji, konsumpcji powinien zostać oddzielnie uregulowany, dopuszczając lokowanie nośników reklamowych formatu do 2,16 m² (wolnostojących, na obiektach budowlanych i w wiatach) w centrum miasta — w strefach od II do V. — postulujemy dopuszczenie tablic wolnostojących do 32 m² w strefie II, IV i V na zasadach odległościowych do tej pory stosowanych przez Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu (w załączniku). — wdrożenia nowoczesnych rozwiązań z miast europejskich i dopuszczenie ekranów elektronicznych formatu małego 2,16m² (wolnostojących, na obiektach budowlanych i w wiatach) w centrum miasta — w strefach od II do V. <p>Ekran elektroniczny rozumiemy jako typ tablicy reklamowej, który eksponuje zmieniające się nie częściej niż co 10 s nieruchome treści reklamowe bez przerw pomiędzy nimi na ekranie wykonanym w technologii ciekłokrystalicznej i o maksymalnej wielkości piksela 5 mm (dla LCD) lub na ekranie wykonanym z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) i o maksymalnej wielkości piksela 5 mm (dla LED), wyposażonym w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, przy czym w czasie pełnego</p>				

				<p>matrycy, od 3000 cd/m² do 4000 cd/m² w dzień, w nocy 350 cd/m² i pozostaje on wyłączony od godziny 12 w nocy do godziny 6 rano.</p> <p>— odejście od anachronicznego myślenia i zamykania się na postęp i nowe technologie. Nowoczesne rozwiązania reklamy zewnętrznej w oparciu o realizację koncepcji zrównoważonego rozwoju pozwolą Miastu i jego władzom:</p> <ul style="list-style-type: none"> • na podążanie za potrzebami jego mieszkańców — społecznymi i gospodarczymi; • lepszym, szybszym, skuteczniejszym komunikowaniem do mieszkańców ważnych informacji o inwestycjach, modernizacjach, wydarzeniach, nowych planach—budowanie poczucia przynależności i lokalnej dumy dzięki skutecznemu PR; szczególnie istotne w związku z malejącą rolą prasy codziennej i nieskuteczności docierania do mieszkańców poprzez strony internetowe urzędów miast. • szybką informację w przypadku zagrożeń, co podwyższa poczucie bezpieczeństwa. Reklama zewnętrzna jest dynamicznie rozwijającym się medium na świecie. To najstarsze medium, dzięki technologii przeżywa na świecie swój wielki rozwój i znajduje nowe zastosowania. Dzięki dobrym regulacjom i partnerskiej współpracy służyć będzie rozwojowi miast i życiu ich mieszkańców. 		tiret trzecie uwaga uwzględniona		
						Ad.4.2) tiret czwarte uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4.2) tiret czwarte Po przeprowadzeniu ponownych analiz zostaną doprecyzowane zasady umożliwiające sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych na budynkach.	
							Ad.4.2) tiret piąte uwaga nieuwzględniona Z uwagi na wymogi ładu przestrzennego nie zostaną wyznaczone obszary możliwej lokalizacji dla wolnostojących tablic reklamowych o tak dużej powierzchni ekspozycji nośnika.	
						Ad.4.2) tiret szóste uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4.2) tiret szóste Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych, a także zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.	
						Ad.4.2) tiret siódme uwaga uwzględniona		
91.	91.	16.10.2017 (data stempla 13.10.2017)	[...]*	<p>1. Wnosi o zmianę treści zapisu w §2.1 - Zmiana redakcji uchwały - Naruszenie zasad techniki prawodawczej. Zasady zostały wpisane do załączników uchwały (załącznik - cos dodatkowego). Uchwała obejmuje ustalenia zawarte w treści uchwały oraz w części graficznej składającej się z:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) załącznika nr 1 - rysunku w skali 1:10 000 - Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury; 2) załącznika nr 2 - rysunku w skali 1:10 000 - Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych; 3) załącznika nr 3 - rysunku w skali 1:10 000 - Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń; 4) załącznika nr 4 - rysunku w skali 1:5000 - Zasady i warunki sytuowania wolnostojących urządzeń reklamowych jako słupów plakatowo-reklamowych w 1 strefie krajobrazowej. <p>2. Wnosi o zmianę treści zapisu w §4. 1.1) - Usunąć definicję banneru Uzasadnienie: W akcie normatywnym niższym rangą niż ustawa, bez upoważnienia ustawowego, nie należy formułować definicji ustalających znaczenie określeń ustawowych; w szczególności, akt wykonawczy nie powinien formułować definicji, które ustalałyby znaczenie określeń zawartych w ustawie upoważniającej. Tym samym</p>		Ad.1. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1. Postanowienia § 2 projektu uchwały zostaną zmienione i dostosowane do wymogów określonych w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.	
							Ad.2. uwaga nieuwzględniona Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie wprowadza definicji	

					za wadliwe uznać należy zdefiniowanie pojęcia „baner reklamowy”. Pojęcie to występuje na gruncie przepisów u.p.z.p., jako przykład tablicy reklamowej (patrz: art. 2 pkt 16b u.p.z.p.). Zakaz definiowania określeń ustawowych ma na celu zapobieganie powstania skrajnie różnych definicji. W przeciwnym razie, każda z 2500 gmin mogłaby zdefiniować baner inaczej.				<i>baneru reklamowego, a jedynie kwalifikuje go jako tablicę reklamową. Wprowadzona, zatem definicja nie narusza zasad techniki prawodawczej.</i>
					3. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 4.1.21) - Usunąć definicję SIM Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Poza kompetencją rad gminy z upoważnienia tzw. Ustawy krajobrazowej pozostają urządzenia (obiekty budowlane) nie służące promocji, czyli nie zawierające informacji promującej, a służące np. wyłącznie inforacji.			Ad.3. uwaga uwzględniona	
					4. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.1 - Uzupełnić o szczegółowo wyznaczone granice stref w części tekstowej uchwały reklamowej. Uzasadnienie: Zgodnie z art. 37a ust. 6 u.p.z.p. uchwała może przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów, określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów. Zaskarżona uchwała określiła w załączniku nr 2 Na przykład granica strefy IV i V, przecina najmniejsze jednostki ewidencyjne - działki. Na takim stanowisku stanął też WSA w Łodzi w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017((sygn., II SA/Łd 523/17) stwierdzając: „Użyty w art. 37a ust. 7 u.p.z.p. zwrot "może zawierać" prowadzi do wniosku, że o ile załącznik graficzny ma charakter fakultatywny, to precyzyjne określenie granic różnych obszarów gminy powinno mieć miejsce właśnie w części tekstowej uchwały reklamowej.			Ad.4. uwaga uwzględniona	
					5. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.2 – Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Poza kompetencją rad gminy z upoważnienia tzw. Ustawy krajobrazowej pozostają urządzenia (obiekty budowlane) nie służące promocji (nie zawierające informacji promującej), a służące np. wyłącznie informacji.			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Zapis § 9 ust. 2 projektu uchwały regulują kwestię umieszczania dodatkowych tablic i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) w poszczególnych strefach i jest wspólny dla całego obszaru miasta. Zapis zostanie doprecyzowany.
					6. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.3 - Usunąć punkty od 1), 3), 4), 5) a w zakresie punktu 2) zapisy dotyczące zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na urządzeniach bankomatów przenieść do obszaru zasad sytuowania. Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego, co stwierdził WSA w Łodzi w cytowanym wyżej wyroku dotyczące aranżacji witryn. „Z art. 2 pkt 16b u.p.z.p. (tablice reklamowe) i art. 2 pkt 16c u.p.z.p. (urządzenie reklamowe), z których treści nie wynika, by jakiegokolwiek informacje i dzieła artystyczne mogły być tablicami czy urządzeniami reklamowymi "Upoważnienie ustawowe pozwala ustalić różnicować obszarowo, a nie podmiotowo zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. Rada gminy nie ma upoważnienia na wyłączenie z uchwały reklam na bankomatach ustawionych w przestrzeni publicznej.			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Zapis ten ma charakter informacyjny i ma na celu poinformowanie o odrębnych regulacjach. Zapisy § 9 ust. 3 projektu uchwały nie stanowią wyłączenia spod stosowania zasad uchwały krajobrazowej dla reklam w nim wskazanych, lecz stanowią jedynie wyłączenie spod stosowania warunków określających parametry tablic i urządzeń reklamowych, wyznaczonych w poszczególnych strefach.
					7. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.4 –Usunąć, zapisy przenieść do obszaru zasad sytuowania Uzasadnienie:			Ad.7. uwaga	Ad.7. Zgodnie z art. 17 ustawy o

	Przekroczenie upoważnienia ustawowego, definicji szyldu jego cech - materialnych i fiskalnych. Wprowadzenie dodatkowego szyldu - oznacza uprzywilejowanie prowadzenia działalności gospodarczej (gastronomii).		uwzględniona z zastrzeżeniem		podatkach i opłatach lokalnych, szyldy nie podlegają opłacie reklamowej. W związku z tym, dopuszczenie z § 9 ust. 4 ma charakter przedmiotowy. Niemniej zapisy dotyczące możliwości lokalizacji szyldów zostaną uszczegółowione.
	8. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.5 i 6 - Warunki dostosowania powinny być zebrane w jednym dziale. Brak warunków dostosowania pozostałych tablic i urządzeń reklamowych.		Ad.8. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.8. Przepisy dostosowawcze zostaną doprecyzowane.
	9. Wnosi o zmianę treści zapisu w §9.7 – Usunąć Uzasadnienie: Rada Miasta nie ma upoważnienia ustawowego do regulacji dotyczących pojazdów komunikacji zbiorowej, indywidualnej oraz na innych pojazdach. Umieszczenie w uchwale jest błędne.		Ad.9. uwaga uwzględniona		
	10. Wnosi o zmianę treści zapisu w §10.1 – Przeredagować treść zapisu na proponowany: 1) W I strefie krajobrazowej obowiązuje zakaz sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem dopuszczenia sytuowania tymczasowych wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: <i>1) wyłącznie na obszarze ograniczonym udzielonym pozwoleniem na organizację przedsięwzięcia plenerowego, na czas jego trwania oraz na czas montażu i demontażu w okresie trzech dni przed rozpoczęciem przedsięwzięcia plenerowego i do jednego dnia roboczego po jego zakończeniu;</i> 2) Zapisy dla słupów w formie słupów plakatowo- reklamowych, służących wyłącznie informacji o bieżących wydarzeniach kulturalnych, w miejscach na załączniku nr 4 - usunąć z przepisu dotyczącego obiektów tymczasowych lub wskazać terminy montażu lub demontażu. Uzasadnienie: 1.Sytuowanie tymczasowych tablic i urządzeń reklamowych, z uwagi na egzekucję wynikająca z przekroczenia zasad, powinno być jasno określone. 2. Przepis niejasny dotyczący tymczasowych słupów plakatowo-reklamowych sytuowanych każdorazowo, promujących wydarzenia kulturalne. Jeżeli są to słupy tymczasowe stawiane na czas tych wydarzeń, to musi być określony termin stawiania i demontażu. Jeżeli są to stałe słupy plakatowo reklamowe, to nie można ograniczać rodzajów reklamy umieszczanej na tych słupach.		Ad.10.1 uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem Ad.10.2. uwaga uwzględniona		Ad.10.1 Zapis zostanie doprecyzowany.
	11. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 10.2 – Przeredagować treść zapisu na proponowany: Dla obiektów, o których mowa w ust. 1 pkt 1 ustala się: 1) wysokość do 3,5 m; 2) zakaz umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z wykorzystaniem ekranów LED, LCD; 3) (usunąć) Uzasadnienie Ad.2) : Naruszenie zasad upoważnienia ustawowego przez interpretacje rozszerzającą, do której gmina nie ma uprawnień zgodnie z art. 91 ust.1 w zw. z art. 91 ust. 4 u.s.g. Zapis punktu 3 nie wnosi żadnego warunku.			Ad.11. uwaga nieuwzględniona.	Ad.11. Zakres przedmiotowy regulacji jest zgodny z art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	12. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 10.2 – Przeredagować treść zapisu na proponowany: Dla słupów plakatowo- reklamowych ustala się: 1) wysokość do 4,7 m; 2) wysokość powierzchni ekspozycji do 3,6 m; 3) średnicę walca stanowiącego powierzchnię ekspozycji do 1,3 m; 4) (usunąć) Uzasadnienie:		Ad.12. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.10.1 Zapis zostanie doprecyzowany.

			Stosowane parametry ekspozycyjne plakatów reklamowych papierowych wynoszą 1,2 × 1,8m. Proponuje się zachowanie standaryzacji na obszarze całego miasta.				
			13. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 11.2 c) – Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Ponadto regulacje dotyczące oświetlenia znajdują się zapisach ustawy o drogach. Uchwała nie może zmieniać ustawy.		Ad.13. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.13. Ponownie zostanie przevalizowana możliwość lokalizowania reklam emitujących światło w ramach wiat przystankowych i zostaną ustalone dla nich parametry.
			14. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 12. 2.2 - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu: 2) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.; Uzasadnienie: Naruszenie zasad upoważnienia ustawowego przez interpretacje rozszerzającą, do której gmina nie ma uprawnień zgodnie z art. 91 ust. 1 w zw. z art. 91 ust. 4 u.s.g		Ad.14. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.14. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
			15. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 12. 3.5) – Usunąć Uzasadnienie: Zasady oświetlania obiektów reguluje ustawa o drogach. Zapis narusza zasady upoważnienia ustawowego przez interpretacje rozszerzającą, do której gmina nie ma uprawnień zgodnie z art. 91 ust. 1 w zw. z art. 91 ust. 4 u.s.g		Ad.15. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.15. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania słupów plakatowo-reklamowych z określeniem dla nich nowych gabarytów i standardów jakościowych, w tym z uwzględnieniem możliwości emisji światła.
			16. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 12. 2 c) - Przeredagować treść zapisu na proponowany: c) zachowania minimalnej odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi — 50 m, Uzasadnienie: Z uwagi na niewielkie rozmiary dopuszczonych tablic i urządzeń reklamowych proponuje się zmniejszenie odległości między nimi do 50 m.			Ad.16. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Prawidłowe odesłanie to [§ 12.1.2) c) Ad.16. Ponownie zostanie przevalizowana możliwość sytuowania słupów plakatowo-reklamowych i zostaną ustalone dla nich parametry.
			17. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 12. 4 - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu i zmianę parametrów: 1. Dla wolnostojących paneli reklamowych trwale związanych z gruntem ustala się: 1) wysokość do 2,5 m; 2) szerokość do 1,6 m; 3) głębokość do 0,3 m; 4) wymiary tablicy reklamowej powierzchni ekspozycji do 1,2 m szerokości i do 1,8 m wysokości; 5) łączna powierzchnia dwustronnej ekspozycji tablic reklamowych nie może przekroczyć 4,32 m ² ; 6) stosowanie światła barwy białej do podświetlania plakatów wewnątrz gabloty; 7) zakaz stosowania paneli reklamowych emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące); 8) rodzaj materiałów:		Ad.17.1. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.17.1 Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych i zostaną dla nich ustalone zasady i warunki sytuowania.

				<p>a) konstrukcji: metal, drewno, tworzywa sztuczne, profile aluminiowe lakierowane na kolor ciemnozielony, b) ścian: przeszklone gabloty wykonane z szyby bezpiecznej (bezodłamkowej).</p> <p>2. Dla billboardów ustala się: 1) wysokość do 6 m; 2) szerokość do 3,7 m; 3) głębokość do 0,7 m; 4) wymiary powierzchni ekspozycji do 3,5 m szerokości i do 2,5 m wysokości;</p> <p>Uzasadnienie: Zasady oświetlania obiektów reguluje ustawa o drogach. Naruszenie zasad upoważnienia ustawowego przez interpretację rozszerzającą, do której gmina nie ma uprawnień zgodnie z art. 91 ust. 1 w zw. z art. 91 ust. 4 u.s.g. Ponadto w wyznaczonym obszarze, podobnie jak ma to miejsce w innych europejskich miastach, są ciągi komunikacyjne przeznaczone dla reklamy o powierzchni 9 m².</p>			Ad.17.2. uwaga nieuwzględniona	Ad.17.2 W obszarze, który w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie uchwały został wskazany jako Strefa II, nie przewiduje się możliwości lokalizowania billboardów z uwagi na ochronę ładu przestrzennego.
			<p>18. Wnosi o zmianę treści zapisu w §13.2. 7) i 8) - Usunąć</p> <p>Uzasadnienie: Zapisy przekraczają upoważnienie ustawowe. Ponadto zasady oświetlania obiektów reguluje ustawa o drogach. Naruszenie zasad upoważnienia ustawowego przez interpretację rozszerzającą, do której gmina nie ma uprawnień zgodnie z art. 91 ust. 1 w zw. z art. 91 ust. 4 u.s.g. Zastosowane określenie „jaskrawa kolorystyka” nie jest jednoznaczne i może być w subiektywny sposób interpretowane.</p>			Ad.18. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.18. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.	
			<p>19. Wnosi o zmianę treści zapisu w §13.6. 2) - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu: 2) zakaz wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych większych niż 3,5 m lub o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu</p> <p>Uzasadnienie: Jaskrawa kolorystyka jest określeniem nieprecyzyjnym, stwarza możliwość interpretacji. Pozostałe zapisy są przekroczeniem upoważnienia ustawowego.</p>			Ad.19. uwaga nieuwzględniona	Ad.19. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp. – ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.	
			<p>20. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 14. 1.b) – Usunąć</p> <p>Uzasadnienie: Jaskrawa kolorystyka jest określeniem nieprecyzyjnym, stwarza możliwość interpretacji. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. A contrario, nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43</p>		Ad.20. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.20. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp. – ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza		

					poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
	<p>21. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 15. 2) c) - Usunąć</p> <p>Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. A contrario, nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43</p>		Ad.21. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		<p>Ad.21. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany. Natomiast lokalizacja tablic i urządzeń reklamowych z uwagi na wymogi ładu przestrzennego jest możliwa wyłącznie w przypadkach wskazanych w projekcie.</p>
	<p>22. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 15. 3) - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu:</p> <p>3) <i>tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe na tymczasowych obiektach budowlanych związanych z organizacją przedsięwzięcia plenerowego, zlokalizowanych wyłącznie w określonym miejscu organizacji przedsięwzięcia plenerowego, na czas jego trwania oraz na czas montażu i demontażu w okresie trzech dni przed rozpoczęciem i do jednego dnia roboczego po jego zakończeniu, z wyłączeniem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: telebimów, ekranów LED, LCD, itp.,</i></p> <p>Uzasadnienie: Jaskrawa kolorystyka jest określeniem nieprecyzyjnym, stwarza możliwość interpretacji. Ponadto zapis przekracza upoważnienie ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia, które zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43. Uchwałą nie można zmieniać zapisów ustawy.</p>		Ad.21. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		<p>Ad.22. Granice stref zostaną ponownie przeanalizowane i opisane. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie stref, w których dopuszczona zostanie możliwość umieszczenia na czas organizacji przedsięwzięcia plenerowego wnioskowanych telebimów, ekranów LED, LCD. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.</p>
	<p>23. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 16.2. 1) - Przeredagować treść zapisu na proponowany:</p> <p><i>Dla trwale związanych z gruntem billboardów ustala się:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>sytuowanie ich w odległości nie mniejszej niż:</i> <ol style="list-style-type: none"> a) <i>50 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań,</i> b) <i>3 m od zewnętrznej krawędzi jezdni,</i> c) <i>5 m od osi toru tramwajowego,</i> d) <i>15 m od wiat przystankowych,</i> e) <i>90 m liczonej pomiędzy billboardami,</i> f) <i>2 m od budynku</i> <p>Uzasadnienie: Wprowadzone odległości nie znajdują uzasadnienia w kontekście obowiązujących przepisów. Wsparcie słupy wolno stojących tablic reklamowych mają średnicę nie większą niż 0,5 m , odpowiadającą średnicy urządzeń oświetleniowych infrastruktury drogowej. Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra transportu w</p>			Ad.23. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	<p>Ad.23. Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały, niemniej jednak z uwagi na ochronę ładu przestrzennego parametry rozmieszczenia billboardów zostaną zmienione i doprecyzowane, jednak nie</p>

					<p>sprawie warunków technicznych jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie, nie ograniczają widoczności na skrzyżowaniach. Nieuzasadnione jest więc wprowadzanie odległości 100 m od przecięcia ze skrzyżowaniem. Ponadto art. 43 ustawy o drogach reguluje odległości od krawędzi dróg krajowych (10m), wojewódzkich i powiatowych (8m) i gminnych (6). Zarządca drogi, może zmniejszyć tę odległość, ale nie zwiększyć. W praktyce w miastach europejskich reklamy lokalizowane są jak najbliżej krawędzi jezdni, a nie odwrotnie.</p>				<p>mogą zostać one zmienione na wielkości zaproponowane w uwadze.</p>
					<p>24. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 16.2. 2) - Usunąć Uzasadnienie: Wprowadzony zapis jest niemożliwy do realizacji. Rzetelne jego wykonanie wymagałoby zatrudnienia ekip geodezyjnych i wytyczenia linii przechodzącej przez kwartały ulic, od wskazanych na mapie punktów i ciągów widokowych (o nieustalonych współrzędnych geodezyjnych). Tworzone prawo lokalne musi być jasne i czytelne dla mieszkańców, w tym przedsiębiorców i możliwe do realizacji i egzekucji.</p>			<p>Ad.24. uwaga nieuwzględniona</p>	<p>Ad.24. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do rezygnacji z takich zapisów.</p>
					<p>25. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 16.2. 3) i 5) - Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje kwestii ich oświetleni. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i a rt.43</p>			<p>Ad.25. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem</p>	<p>Ad.25. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową.</p>
					<p>26. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17.2. 9) - Usunąć Uzasadnienie: Tablice zlokalizowane na dachach budynków stanowią obecny na całym świecie element reklamowy.</p>			<p>Ad.26. uwaga nieuwzględniona</p>	<p>Ad.26. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do dopuszczenia tablic i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów na dachach budynków.</p>
					<p>27. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17.3. 1) b, 2) 3) - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu i zmianę parametrów: b) na płaszczyźnie elewacji stanowiącej ślepa ścianę budynku w nie więcej niż jednej kolumnie, tworzącej spójny ciąg o łącznej powierzchni reklam ekspozycji nie przekraczającej 18 m², usytuowany w narożnej strefie parteru budynku, z zachowaniem stałych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi nie mniejszych niż 0,1 m. 2) maksymalną powierzchnię do 1,5m²; 3) łączną dopuszczalną powierzchnię tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji budynku nieprzekraczającą 85% powierzchni elewacji parteru; Uzasadnienie: Wnosimy o pozostawienie w strefie IV możliwości sytuowania tablic naściennych o powierzchni do 18 m²</p>			<p>Ad.27. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem</p>	<p>Ad.27. Wprowadzenie propozycji zawartych w uwadze skutkowałoby by tym, że prawie cała powierzchnia elewacji parteru mogłaby zostać zasłonięta tablicami i urządzeniami reklamowymi, co jest niedopuszczalne z punktu widzenia ochrony ładu przestrzennego dla przestrzeni publicznej. Niemniej zapisy dotyczące możliwości umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na budynkach zostaną doprecyzowane i uzupełnione.</p>

			28. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17.3. 5) - Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje kwestii ich oświetlenia.		Ad.28. Uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.28. Zapis zostanie doprecyzowany. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych
			29. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 17.5. 3) - Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43		Ad.29. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.29. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany. Natomiast lokalizacja tablic i urządzeń reklamowych z uwagi na wymogi ładu przestrzennego jest możliwa wyłącznie w przypadkach wskazanych w projekcie.
			30. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.2 2) 3) i 5) - Usunąć Uzasadnienie: Ad2) 2Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43. Ad 3) Wprowadzony zapis jest niemożliwy do realizacji. Rzetelne jego wykonanie wymagałoby zatrudnienia ekip geodezyjnych i wytyczenia linii przechodzącej przez kwartały ulic, od wskazanych na mapie punktów i ciągów widokowych (o nieustalonych współrzędnych geodezyjnych). Tworzone prawo lokalne musi być jasne i czytelne dla mieszkańców, w tym przedsiębiorców i możliwe do realizacji i egzekucji. Ad.5) Jaskrawa kolorystyka jest określeniem nieprecyzyjnym, stwarza możliwość interpretacji. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia.			Ad.30. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.30. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., oraz z uwagi na ochronę walorów widokowych możliwość lokalizowania reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
			31. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.2. 4) – Usunąć Uzasadnienie: Nie można jednoznacznie określić kąta odchylenia od osi drogi poprawnie wkomponowanej w przestrzeń tablicy reklamowej. Sztuczne zapisy mogą wprowadzić efekt odwrotny do zamierzonego i wprowadzenie bałaganu w przestrzeni.		Ad.31. uwaga uwzględniona		
			32. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.4.7) – Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu i zmianę parametrów: 7) <i>parametry słupów plakatowo- reklamowych:</i>		Ad.32. uwaga uwzględniona		Ad.32. Wysokość powierzchni ekspozycji reklamy

	<p>a) wysokość do 4,7 m, b) wysokość powierzchni ekspozycji reklamy do 3,6 m, c) średnica walca słupa do 1,3 m, d) powierzchnia ekspozycji reklamy nie większa niż 8,7 m², e) zadaszenie w formie dachu płaskiego wysuniętego przed lico powierzchni ekspozycji reklamy/plakatu, f) stosowanie światła barwy białej do podświetlania</p> <p>Uzasadnienie: Stosowane parametry ekspozycyjne plakatów reklamowych papierowych wynoszą 1,2×1,8m. Proponuje się zachowanie standaryzacji na obszarze całego miasta, c Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia.</p>		z zastrzeżeniem		zostanie zwiększona tak, aby była możliwość umieszczenia dwóch plakatów o wymiarach 1,2 × 1,8 m i odpowiednio zostaną doprecyzowane w ramach zasad dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla zmodyfikowanej strefy.
	<p>33. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.4. 8) d) i f) - Przeredagować treść zapisu poprzez częściowe wykreślenie zaznaczonego tekstu i zmianę parametrów: d) wymiary tablicy reklamowej powierzchni ekspozycyjnej do 1,2 m szerokości i do 1,8 m wysokości, f) stosowanie światła barwy białej do podświetlania plakatów wewnątrz gabloty;</p> <p>Uzasadnienie: d) Zapis z błędem. f) Zapis niezgodny z upoważnieniem ustawowym</p>		Ad.33. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.33. Kwestie dotyczące zasad i warunków sytuowania paneli reklamowych zostaną doprecyzowane również poprzez wyznaczenie możliwości sytuowania reklam emitujących światło o zmiennym natężeniu dla wybranych form tablic i urządzeń reklamowych. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych.
	<p>34. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.5.4) – Zmiana parametrów: 4) zachowanie odległości pomiędzy billboardami nie mniejszej niż: a) 50 m wzdłuż dróg klasy wewnętrznej, dojazdowej i lokalnej, b) 90 m wzdłuż dróg klasy zbiorczej, głównej i klasy głównej ruchu przyspieszonego, c) 500 m wzdłuż dróg ekspresowych i autostrad;</p> <p>Uzasadnienie: Proponujemy zmniejszenie odległości zgodnie z propozycją mi obszaru IV.</p>			Ad.34. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.34. Zostanie wyznaczony nowy przebieg granic dla poszczególnych stref, co wpłynie na korektę zapisów tekstu uchwały, niemniej jednak z uwagi na ochronę ładunku przestrzennego parametry rozmieszczenia billboardów zostaną zmienione i doprecyzowane, jednak nie mogą zostać one zmienione na wielkości zaproponowane w uwadze.
	<p>35. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 18.5.5) – Zmiana parametrów: 5) jednostronną powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż: a) 6,5 m² wzdłuż dróg wewnętrznych, b) 12,5 m² wzdłuż dróg klasy dojazdowej i lokalnej, c) 18,5 m² wzdłuż dróg klasy zbiorczej, głównej i głównej przyspieszonej, d) 48 m² i nie mniejszą niż 32 m² wzdłuż dróg ekspresowych i autostrad;</p> <p>Uzasadnienie: Przy zaproponowanych w punkcie 2) odległościach od krawędzi jezdni, wnosimy o korektę związaną z</p>			Ad.35. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.35. Przeprowadzone analizy ukierunkowane na ochronę i porządkowanie przestrzeni publicznych Miasta wskazały na potrzebę ujednoczenia gabarytów tablic i

					urządzeń reklamowych poprzez określone w projekcie uchwały wymiary. Dolny parametr wielkości powierzchni billboardów zostanie zmieniony, jak również zmianie ulegnie sposób określania miejsc lokalizacji tych obiektów.
				Ad.36. uwaga uwzględniona zastrzeżeniem	Ad.36. Zapis zostanie doprecyzowany. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych.
				Ad.37. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.37. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany. Natomiast lokalizacja tablic i urządzeń reklamowych z uwagi na wymogi ładu przestrzennego jest możliwa wyłącznie w przypadkach wskazanych w projekcie uchwały.
				Ad.37. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.38. Wprowadzenie propozycji zawartych w uwadze skutkowałoby by tym, że prawie cała powierzchnia elewacji parteru mogłaby zostać zasłonięta tablicami i urządzeniami reklamowymi, co jest niedopuszczalne z punktu widzenia ochrony ładu przestrzennego dla przestrzeni publicznej. Niemniej zapisy dotyczące

					możliwości umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na budynkach zostaną doprecyzowane i uzupełnione.	
				39. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 19.3 5) - Usunąć Uzasadnienie: Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia.	Ad.39. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.39. Zapis zostanie doprecyzowany. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych.
				40. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 19.5 3) - Usunąć Uzasadnienie: Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia	Ad.40. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.40. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany. Natomiast lokalizacja tablic i urządzeń reklamowych z uwagi na wymogi ładu przestrzennego jest możliwa wyłącznie w przypadkach wskazanych w projekcie uchwały.
				41. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 19.8 3) - Usunąć Uzasadnienie: Przekroczenie upoważnienia ustawowego	Ad.41. uwaga uwzględniona	Ad.41. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie stref, w których dopuszczona zostanie możliwość umieszczania na czas organizacji przedsięwzięcia plenerowego wnioskowanych telebimów, ekranów LED, LCD. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
				42. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 21.1 1) - Zmiana parametrów: 1) <i>możliwość sytuowania na każde 0,5 ha terenu towarzyszącego obiektom usług nie więcej niż czterech</i>		Ad.42. uwaga Ad.42. Ze względu na ochronę

				wolnostojących urządzeń reklamowych o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 18 m ² i wysokości do 6 m. Alternatywnie, dopuszcza się usytuowanie jednego masztu wraz z urządzeniem reklamowym o powierzchni płaszczyzny reklamowej do 6 m ² i wysokości do 14 m; Uzasadnienie: Zaproponowane zapisy urealniają istniejące na terenach towarzyszących obiektom usług potrzeby tych obiektów.			niewwzględniona z zastrzeżeniem	ładu przestrzennego brak jest podstaw do zwiększenia wielkości urządzeń reklamowych. Zapis zostanie doprecyzowany.
				43. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 21.2g) - Usunąć Uzasadnienie: Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia.			Ad.43. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.43. Zapis zostanie doprecyzowany. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych.
				44. Wnosi o usunięcie treści zapisu (z pominięciem stosowanej w uwadze metody wskazania odpowiedniego §) Usunąć: 1) możliwość stosowania światła barwy białej; 2) zakaz stosowania jaskrawej kolorystyki lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych lub elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności: ekranów LED, LCD, itp.; Uzasadnienie: Art. 37a ust. 1 u.p.z.p. i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia. Określenie jaskrawa kolorystyka nie jest precyzyjne.			Ad.44. uwaga niewwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.44. Z uwagi na znaczną ingerencję w przestrzeń publiczną reklam o jaskrawej kolorystyce, projekcji świetlnych itp., ze względu na ochronę ładu przestrzennego możliwość lokalizowania takich reklam została ograniczona na terenie miasta. Możliwość podświetlenia stanowi o standardzie jakościowym określonym w projekcie uchwały dla tablic i urządzeń reklamowych. Zapis nie wykracza poza regulację ustawową i zostanie doprecyzowany.
				45. Wnosi o zmianę treści zapisu w § 28 - Dodanie dodatkowego zapisu : <i>Zwalnia się z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale istniejące w dniu wejścia w życie uchwały tablice i urządzenia reklamowe postawione na podstawie prawomocnych decyzji pozwolenia na budowę lub przyjętych zgłoszeń zamiaru budowy.</i> Uzasadnienie: Dział V nie zawiera zapisów wyjaśniających procedury dostosowania tablic i urządzeń reklamowych, podaje wyłącznie termin dostosowania. Nie jest to zapis wystarczający. Podobnie stanowisko zajął WSA w Łodzi w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 (sygn., II SA/Łd 523/17), unieważniając łódzką uchwałę reklamową, która wyznaczała jedynie termin dostosowania. „poza terminami dostosowania nie reguluje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych(...), nie wskazując, na czym ma ono polegać. Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do			Ad.45. uwaga niewwzględniona	Ad.45. W projekcie uchwały nie będzie zwolnień z wymogu dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych przy rozróżnieniu legalności ich powstania. W celu zapewnienia ładu przestrzennego koniecznym jest dostosowanie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do jednolitych wytycznych wynikających z projektu uchwały. Brak jest podstaw by generalnie

				treści uchwały." Mając na uwadze rozstrzygnięcie WSA w Łodzi oraz fakt, że Rada Miasta nie ma upoważnienia do wycofania z obiegu prawnego prawomocnych decyzji pozwolenia na budowę wnosimy o zwolnieniu z obowiązku dostosowania tablic i urządzeń reklamowych posiadających zgody budowlane. Zrównanie statusu tablic legalnych z nielegalnymi jest demoralizujące i nie służące poszanowaniu prawa.				zwolnić istniejące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe z konieczności dostosowania do zasad określonych w projekcie uchwały. Niemniej zasady te zostaną doprecyzowane.
92.	92.	18.10.2017 (data stempla 13.10.2017)	[...]*	Przedmiotem naszych uwag są ograniczenia w umieszczaniu wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych. Proponowane w projekcie ustawy krajobrazowej odległości między reklamami, są w naszym przekonaniu zbyt duże. Za większym zagęszczeniem ww. urządzeń w naszym przypadku przemawia to, iż służą one nie tylko celom zarobkowym (co pozwała na większe przychody, a co za tym idzie są odprowadzane wyższe podatki), ale także pełnią funkcje ochronne izolując nasze obiekty od wpływu bardzo dużego ruchu samochodowego na ul. Ks. Józefa, stanowiąc swoisty ekran akustyczny. Uważamy także, że usunięcie ich nie poprawi walorów krajobrazowych okolicy, a wręcz pogorszy odsłaniając bazę transportową naszej firmy.			uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Parametry odległości pomiędzy poszczególnymi tablicami i urządzeniami reklamowymi zostaną doprecyzowane w taki sposób, aby ograniczyć ich liczbę w celu ochrony walorów widokowych przestrzeni.
93.	93.	14.09.2017	[...]*	Wnosi o uwzględnienie uwag: 1. Zwiększenie wysokości urządzeń reklamowych z 3,5 m do 6 m dla wszystkich stref krajobrazowych na czas trwania imprezy plenerowej oraz w miejscu jej organizacji. 2. Wyłączenie zakazu umieszczania telebimów, ekranów LED, LCD w miejscu organizacji i na czas trwania przedsięwzięcia plenerowego dla wszystkich stref krajobrazowych. 3. Zniesienie zakazu umieszczania urządzeń reklamowych w słupie powietrza nad drogami publicznymi na czas trwania imprezy plenerowej oraz w miejscu jej organizacji dla wszystkich stref krajobrazowych. 4. Dopuszczenie innej kolorystyki niż biała i beżowa parasoli reklamowych oraz dopuszczenie umieszczania reklamy na wszystkich lambrekinach w miejscu organizacji przedsięwzięcia plenerowego na czas trwania dla wszystkich stref krajobrazowych.	Obszar wszystkich stref krajobrazowych		Ad.1. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.1. Zapisy projektu uchwały w zakresie wysokości urządzeń reklamowych sytuowanych na czas trwania wydarzeń plenerowych zostaną doprecyzowane, a wskazane w projekcie parametry mogą ulec nieznacznej korekcie.
							Ad.2. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.2. Zapisy projektu uchwały zostaną doprecyzowane poprzez wyznaczenie stref, w których dopuszczona zostanie możliwość umieszczania na czas organizacji przedsięwzięcia plenerowego wnioskowanych telebimów, ekranów LED, LCD.
							Ad.3. uwaga uwzględniona	
							Ad.4. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.4. Z uwagi na ochronę walorów widokowych brak jest podstaw do proponowanego rozszerzenia zapisów, a ponadto brak jest podstaw do różnicowania sytuacji podmiotów, z uwagi na czas ekspozycji reklamy

								funkcjonującej w ramach przedsięwzięć plenerowych. Niemniej jednak w wyniku dalszych prac zapisy projektu uchwały w zakresie palety dopuszczonej kolorystyki parasoli reklamowych będą podlegać nieznaczącej korekcie.
				5. Zwiększenie dopuszczalnego pola powierzchni reklamy (więcej niż A5) na urządzeniach reklamowych innych niż czasza parasola w czasie trwania imprez plenerowych na czas trwania wydarzenia dla wszystkich stref krajobrazowych.		Ad.5. uwaga uwzględniona		
				6. Dopuszczenie do stosowania banerów we wszystkich strefach podczas trwania imprez plenerowych dla wszystkich stref krajobrazowych.		Ad.6. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.6. Rodzaje tablic i urządzeń reklamowych związanych z przedsięwzięciami plenerowymi zostaną zmienione i ujednolicone dla wszystkich stref, niemniej jednak dla poszczególnych stref określone zostaną różne gabaryty banerów możliwych do sytuowania na czas trwania przedsięwzięć plenerowych.
94.	94.	13.10.2017	[...]*	1. W kwestii paneli reklamowych znajdujących się na wiatkach przystankowych tut. jednostka wnioskuje o dopuszczenie w Strefie I modelu wiat z 3-ma panelami reklamowymi (obecny projekt zakłada 2), analogicznie jak dla pozostałych stref II-V. W głównej mierze dotyczy to wiat co najmniej 6-segmentowych, które są obecnie (za)montowane w obrębie Plant Krakowskich (np. „Poczta Główna” lub „Dworzec Główny”) i które były w ostatnim czasie uzgadniane (również pod względem ilości paneli reklamowych) z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków, Miejskim Konserwatorem Zabytków i Plastykiem Miasta i wszystkie te instytucje wydały opinię pozytywną. O ewentualnych konsekwencjach dla gminy w przypadku zmiany warunków umowy koncesji z 2014 r. informowano pismami znak: NO.0700.115.2017 (z dnia 3.03.2017 r.) oraz NO.0700.139.2017 (z dnia 16.03.2017 r.). Fragment dotyczący wiat przystankowych w strefach II-V jest zapisany w sposób nieprecyzyjny i brzmi: „sytuowanie nie więcej niż dwóch paneli w wiacie, a dla wiat składających się z min. sześciu segmentów ściany tylnej – pięciu paneli reklamowych lub trzech w przypadku dwustronnej ekspozycji reklamy”. Przedmiotowy fragment wprowadza niepotrzebnie w błąd odnośnie ilości możliwych do zamontowania paneli. Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie proponuje uproszczenie zapisu: „sytuowanie nie więcej niż dwóch paneli w wiacie, a dla wiat składających się z min. sześciu segmentów ściany tylnej nie więcej niż trzech paneli”. Konstrukcyjnie panele reklamowe zintegrowane z wiatami zawsze są dwustronne, czasami jednak do ekspozycji może służyć tylko jedna strona.		Ad.1. uwaga uwzględniona		
				2. Należy wskazać, że zapisy uchwały nie wyszczególniają obiektów małej architektury niejednokrotnie znajdujących się w pasie drogowym dróg publicznych, takich jak: - Tablice informacyjne oszklone Dzielnicy I – XVIII Miasta Krakowa (wykonane w kolorze niebieskim, z dodatkowym oszkleniem lub bez) - Tablice z mapami Dzielnicy Miasta Krakowa.			Ad.2. uwaga nieuwzględniona z zastrzeżeniem	Ad.2. Zapisy projektu uchwały w sposób ogólny określają gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje

				Powyzsze elementy malej architektury sa montowane na terenie Gminy Miejskiej Krakow w ramach srodkow finansowych Rad Dzielnic Miasta Krakowa.				materiałow budowlanych z jakich mogą być wykonywane obiekty malej architektury bez szczególowego wskazania na katalog elementów np. znajdujących się w pasie drogowym dróg publicznych.
				3. W zakresie urzadzzeń reklamowych, Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie wskazuje, iż uchwała w sposób zbyt radykalny ogranicza możliwość eksponowania reklam kierunkowych na słupach oświetlenia ulicznego, co będzie miało negatywny wpływ na dochody miasta, jak również na funkcjonowanie przedsiębiorstw dla których ten rodzaj reklamy jest bardzo ważną formą pozyskiwania potencjalnych klientów. Jednocześnie w nawiązaniu do uwag przekazanych w dniu 3.03.2017 r., pismem znak: NO.0700.115.2017 ponownie należy wskazać, że instalację „na słupach oświetlenia należy wykonać przy zastosowaniu podkładek gumowych oraz obejm wykonanych ze stali nierdzewnej”.			Ad.3. uwaga nieuwzględniona	Ad.3. Ograniczenie sytuowanie reklam przy trasach komunikacyjnych stanowi jedno z głównych założeń projektu uchwały ze względu na potrzebę zachowania ład przestrzennego. Wprowadzone zakazy i ograniczenia dotyczące możliwości sytuowania tablic i urzadzzeń reklamowych mają na celu uporządkowanie przestrzeni i ochronę ład przestrzennego.
				4. Ograniczenie ilości reklam wielkogabarytowych w szczególności poprzez narzucenie odległości pomiędzy poszczególnymi nośnikami reklamowymi, uchwała nie zawiera żadnych kryteriów na podstawie których GMK miała by decydować o eliminacji lub pozostawieniu w pasie drogowym / lub przestrzeni publicznej konkretnego nośnika reklamowego.		Ad.4. uwaga uwzględniona z zastrzeżeniem		Ad.4. Regulacje w zakresie warunków dostosowania zostaną doprecyzowane.
				5. Ponadto, ograniczenie możliwości promowania wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych itp. realizowanych przez Gminę Miejską Kraków lub przy jej udziale wyłącznie na czas trwania tych wydarzeń w miejscu ich realizacji, praktycznie eliminuje z przestrzeni publicznej możliwość wcześniejszego ich promowania i informowania mieszkańców i gości odwiedzających miasto o przyszłych wydarzeniach.			Ad.5. uwaga nieuwzględniona	Ad.5. Nośniki te są odbierane, jako zaśmiecające przestrzeń i nie ma podstaw, by funkcjonowały w przestrzeni publicznej dłużej niż bezpośrednio w okresie trwania wydarzenia plenerowego.
				6. W kwestii ogrodzeń, o których mowa w § 28 pkt 9 niniejszego projektu uchwały należałoby skorygować zapis dotyczący 5% odstępstwa dla poszczególnych gabarytów dla ogrodzeń poprzez dookreślenie, iż 5% odstępstwo nie dotyczy wysokości ogrodzenia, którego wysokość określona jest na 2,2 m. W zakresie zapisu dotyczącego obsadzania roślinnością ogrodzeń od strony przestrzeni publicznej tut. Jednostka wnioskuje o wprowadzenie listy zalecanej roślinności.			Ad.6. uwaga nieuwzględniona	Ad.6. Wskaźnik w wielkości 5% obejmuje również wysokość ogrodzeń, i ma umożliwić utrzymanie obiektów, w tym ogrodzeń, które w niewielkim zakresie odbiegają od warunków określonych w projekcie uchwały.

* Wyłączenie jawności w zakresie danych osobowych; na podstawie art. 1 i 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 922); jawność wyłączył Tomasz Ziółkowski, inspektor w Biurze Planowania Przestrzennego UMK

Wyjaśnienia uzupełniające:

1. *Przywołane w niniejszym załączniku zapisy projektu uchwały w sprawie „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” (m.in. numeracja rozdziałów, paragrafów, ustępów i punktów, a także ich redakcja) pochodzą z edycji projektu planu wyłożonego do publicznego wglądu.*
2. *Ileokroć w treści niniejszego załącznika jest mowa o:*
 - *Studium - należy przez to rozumieć Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Krakowa,*
 - *uchwale, projekcie uchwały - należy przez to rozumieć sporządzoną uchwałę w sprawie „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”,*
 - *ustawie (u.p.z.p.) - należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t. j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1073).*