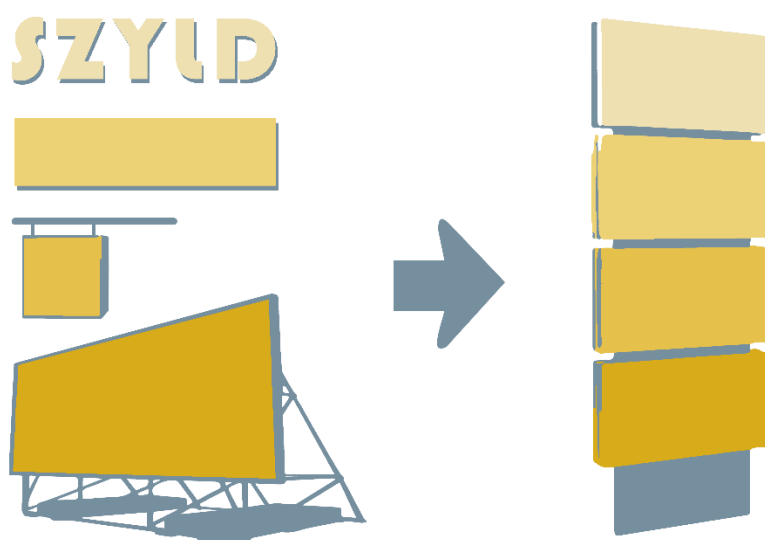


UCHWAŁA REKLAMOWA DLA SULEJÓWKA

WERSJA ILUSTROWANA



Spotkanie z mieszkańcami/przedsiębiorcami odbyło się
18.05.2023 r. (czwartek) g. 17:00 w siedzibie Urzędu Miasta.

UWAGI przyjmujemy do 26 maja 2023 r. tutaj:
pracownia@umsulejowek.pl



Pre-konsultacje – maj 2023 r.

**UCHWAŁA NR
RADY MIASTA SULEJÓWEK
z dnia 2023 r.**

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 40; z późn. zm.), art. 37a oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503, z późn. zm.),

**mając na celu poprawę jakości przestrzeni publicznych, wydobycie walorów przestrzennych miasta i uporządkowanie krajobrazu,
Rada Miasta Sulejówek uchwala co następuje:**

**Rozdział 1
Przepisy ogólne**

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Sulejówka obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej Uchwałą Reklamową.

§ 2. Integralnym elementem Uchwały Reklamowej jest załącznik nr 1 do uchwały – rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Reklamowej.

Rozdział 2

Definicje, metodyka ustalania gabarytów i liczby szyldów

§ 3. Ilekroć w Uchwale Reklamowej jest mowa o:

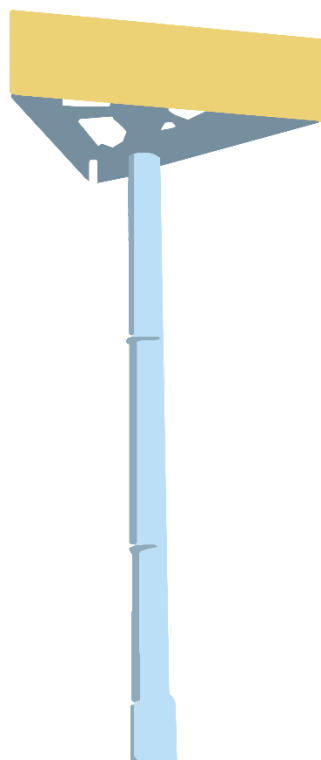
- 1) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Rejestru Zabytków);
- 2) **elewacji budynku** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:
 - a) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - b) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, attyki lub linia styku ściany z okapem połączenia dachowej, a w przypadku wolnostojących budynków parterowych górna krawędź bryły budynku — dachu lub zadaszenia,
 - c) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem górnej krawędzi elewacji;



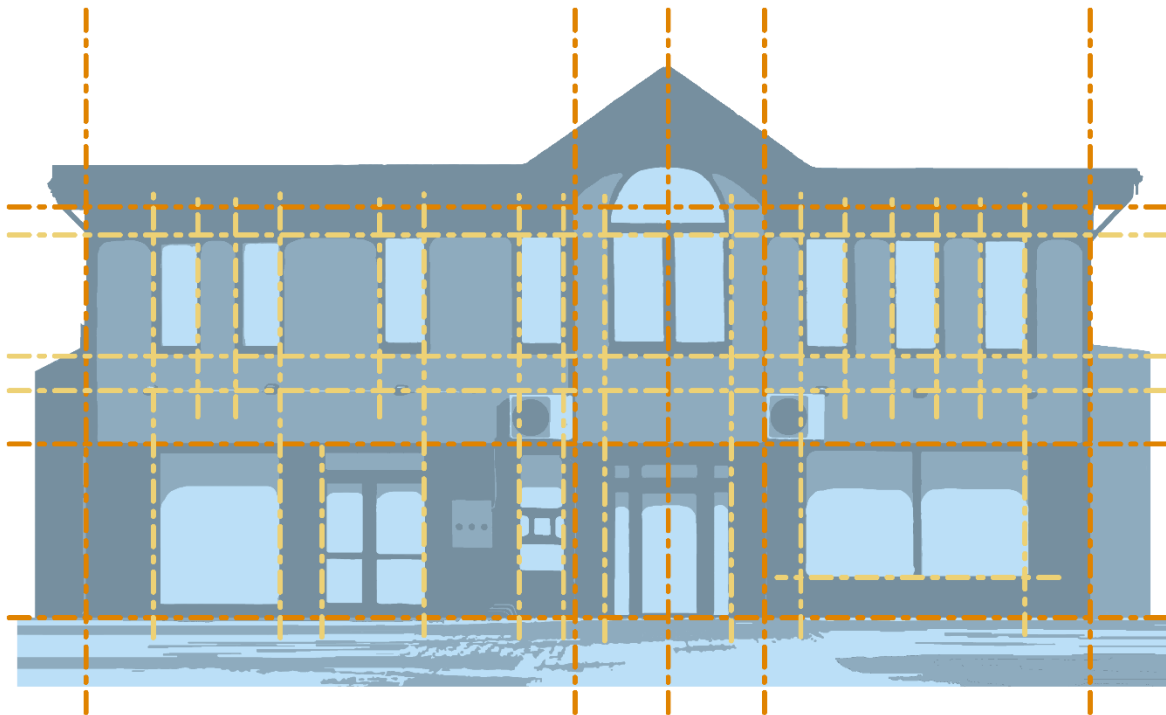
- 3) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła;



- 4) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;



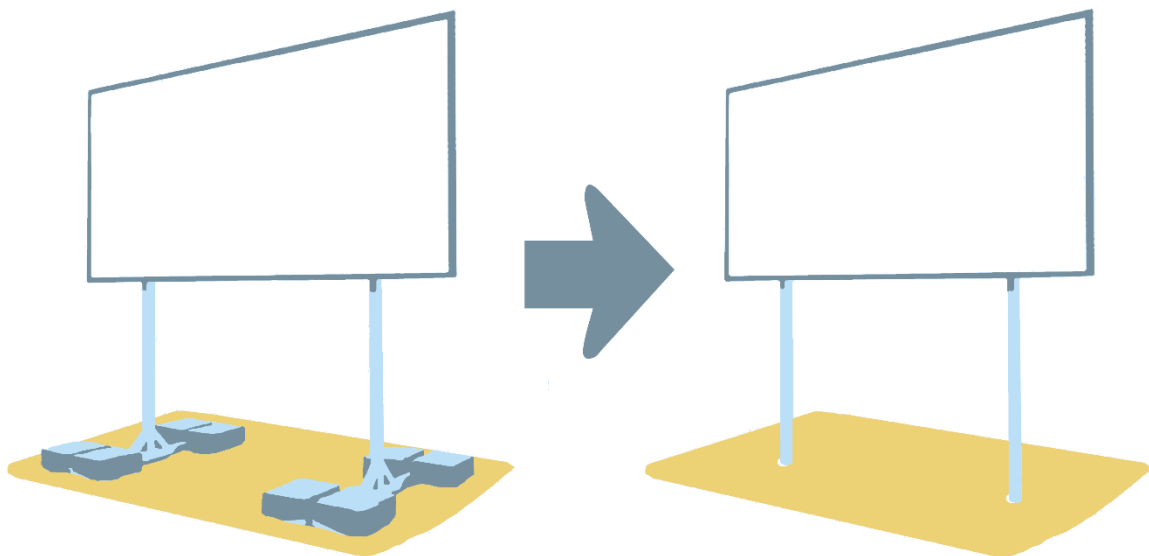
- 5) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietwale związaną z gruntem;
- 6) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 7) **nośniku reklamy** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową nie będącą szyldem lub urządzenie reklamowe nie będące szyldem;
- 8) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste:
 - a) biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji,
 - b) osie symetrii otworów okiennych i drzwiowych,
 - c) biegnące na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego,
 - d) krawędzie lub osie symetrii ścian,
 - e) krawędzie lub osie symetrii istotnych detali architektonicznych;



- 9) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 10) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć nośnik reklamy, umieszczony tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub sierpnia przypadku

reklamy zgodnie z kodeksem wyborczym) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem dostępnym publicznie;

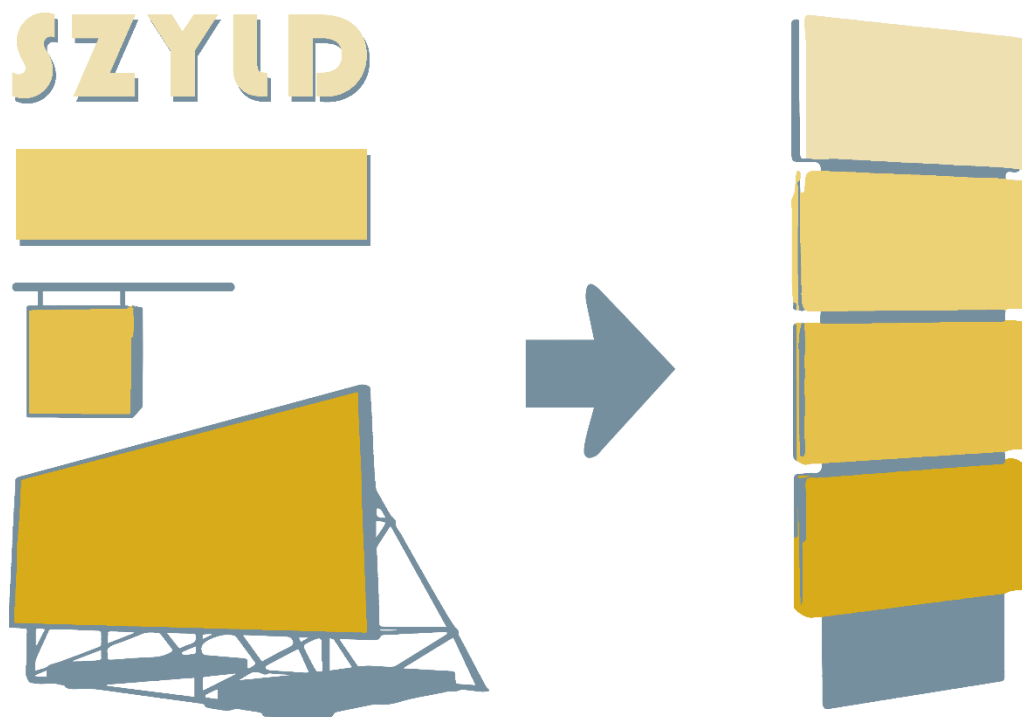
- 11) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 12) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej – należy przez to rozumieć obowiązek trwałego związania z gruntem, poprzez:
 - a) umieszczenie fundamentu w całości lub minimum w 70% kubatury fundamentu, poniżej poziomu terenu lub
 - b) zachowanie wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;



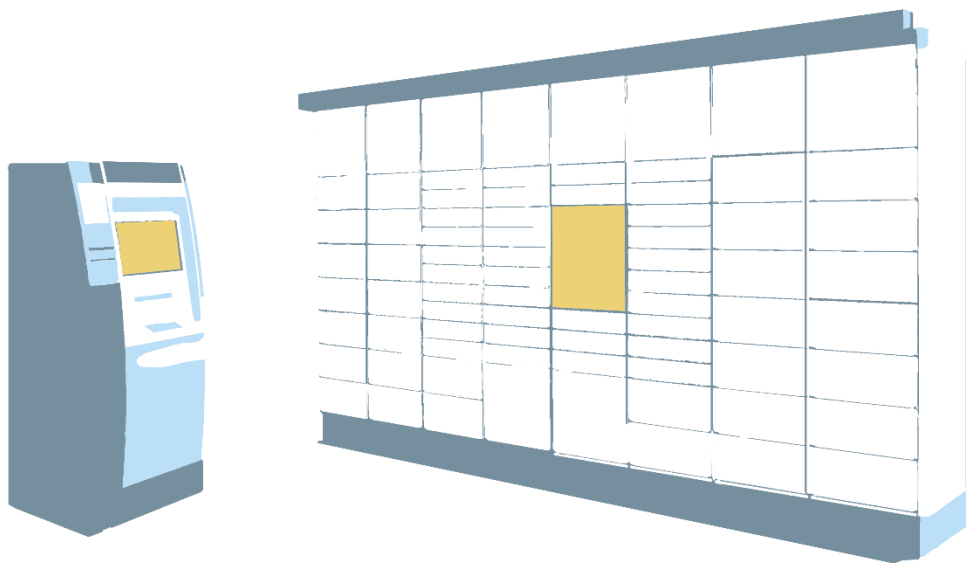
- 13) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
 - a) zachowanie stałości obrazu,
 - b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
 - c) w zakresie jasności stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:

- w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
- w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
- w nocy – 400 cd/m²;

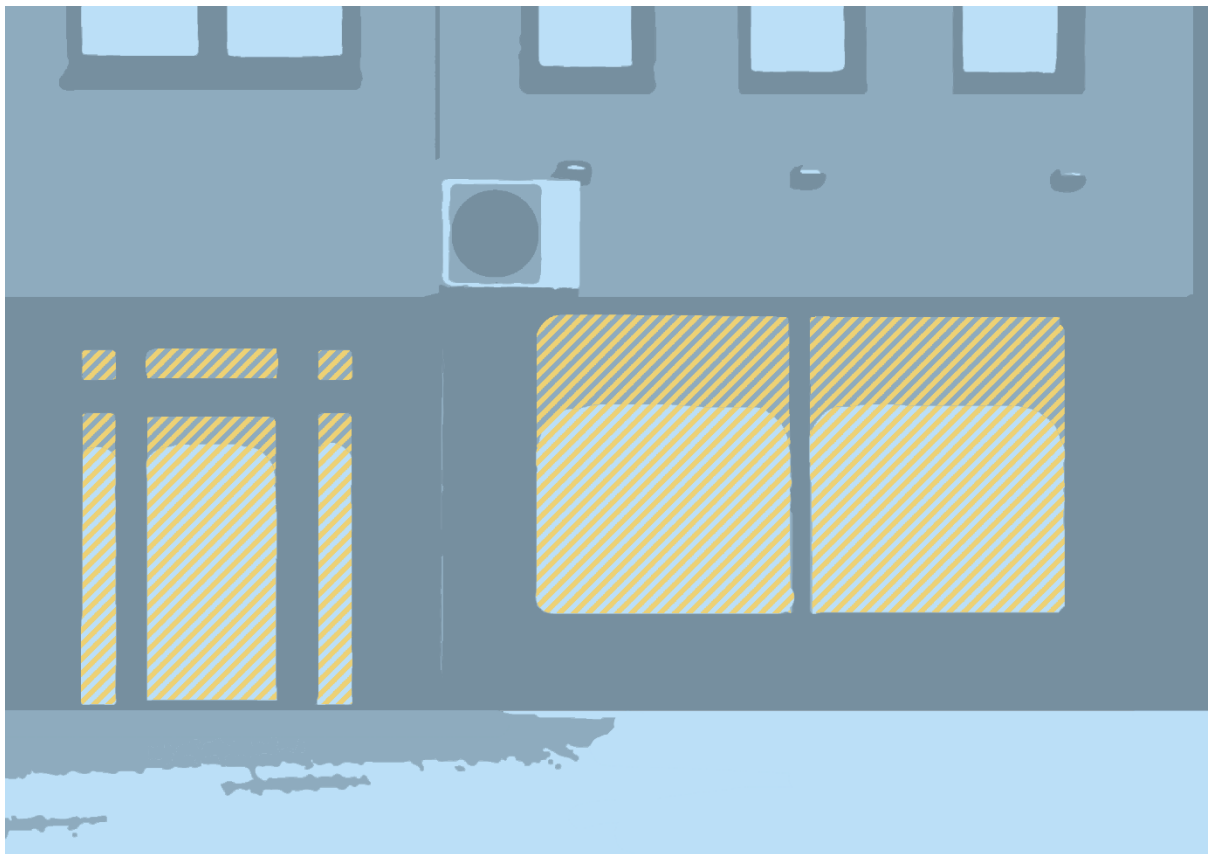
- 14) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w formie wolnostojącej, w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnej konstrukcji.



- 15) **szyldach umieszczonych na dachu** – należy przez to rozumieć szyldy umieszczone powyżej elewacji, zlicowane z nią lub cofnięte względem płaszczyzny elewacji mocowane do dachu lub attyki;
- 16) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;



17) **witrynie** – należy przez to rozumieć przestrzenie otworów okiennych lub otworów drzwiowych;



- 18) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
- a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych,
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji,
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych,
 - d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć;
- 19) **zasadzie wspólnych osi kompozycyjnych** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania różnych szyldów na elewacji budynku, w którym łączy się następujące rozwiązania kompozycyjne:
- a) w przypadku osi poziomych, szyldy te zachowują wspólną wysokość oraz są sytuowane na jednej wysokości a w przypadku spadku terenu na tym samym poziomie w odniesieniu do jednej z osi kompozycyjnych elewacji,



- b) w przypadku osi pionowych, szyldy te zachowują wspólną szerokość oraz są sytuowane w wyrównaniu do jednej osi pionowej, wynikającej z układu osi kompozycyjnych elewacji,



- c) w przypadku zastosowania wielu osi, szyldy te zachowują tę samą wysokość i szerokość, tworząc układ szachownicowy o minimum trzech wierszach lub minimum trzech kolumnach.

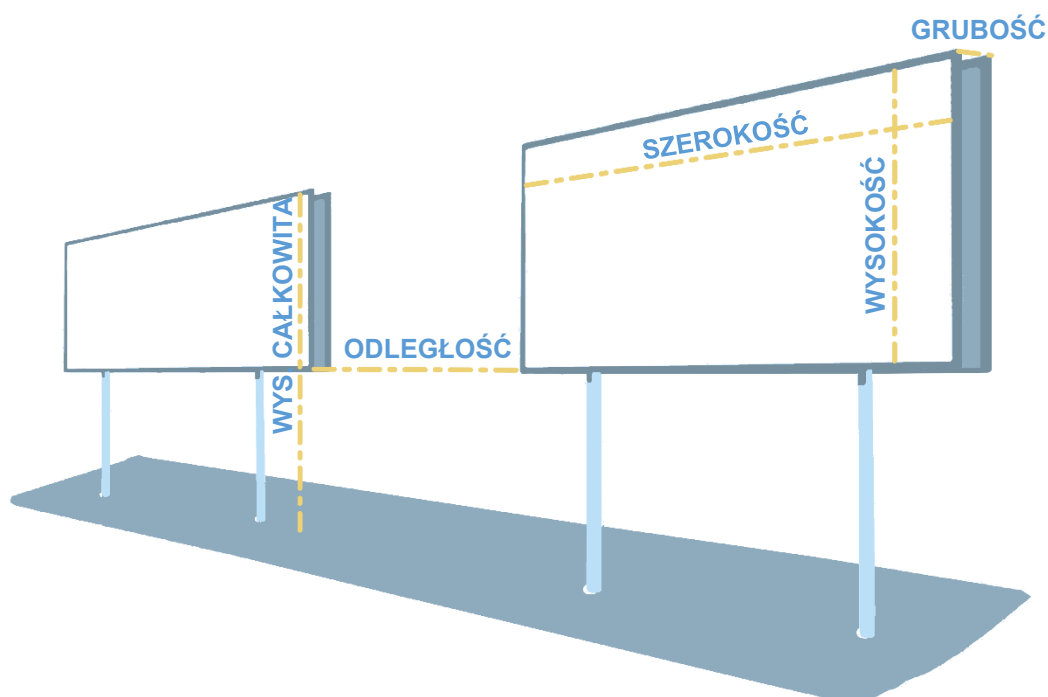


§ 4. Ilekroć w Uchwale Reklamowej użyto pojęć zdefiniowanych w przepisach odrębnych, należy przez to rozumieć ich brzmienie, ustalone tymi przepisami, w szczególności:

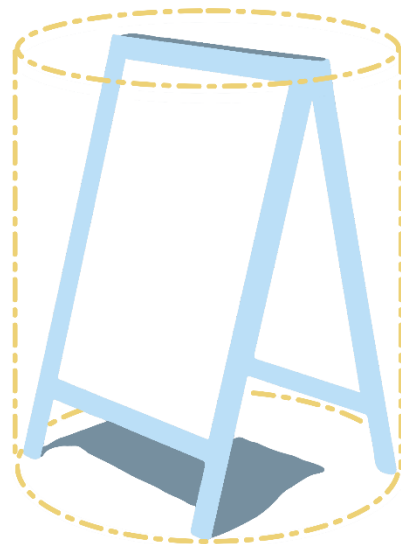
- 1) przepisami z zakresu planowania i zagospodarowania: *reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe*;
- 2) przepisami prawa budowlanego: *budynek, budowla, obiekt budowlany i tymczasowy obiekt budowlany, obiekt małej architektury*.

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

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Reklamowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej,
 - d) wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;



- 4) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone;
- 5) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
 - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
 - dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
 - b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;



- 6) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy wielościennej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

§ 6. Powierzchnię ekspozycyjną traktuje się jako jeden szyld w przypadku:

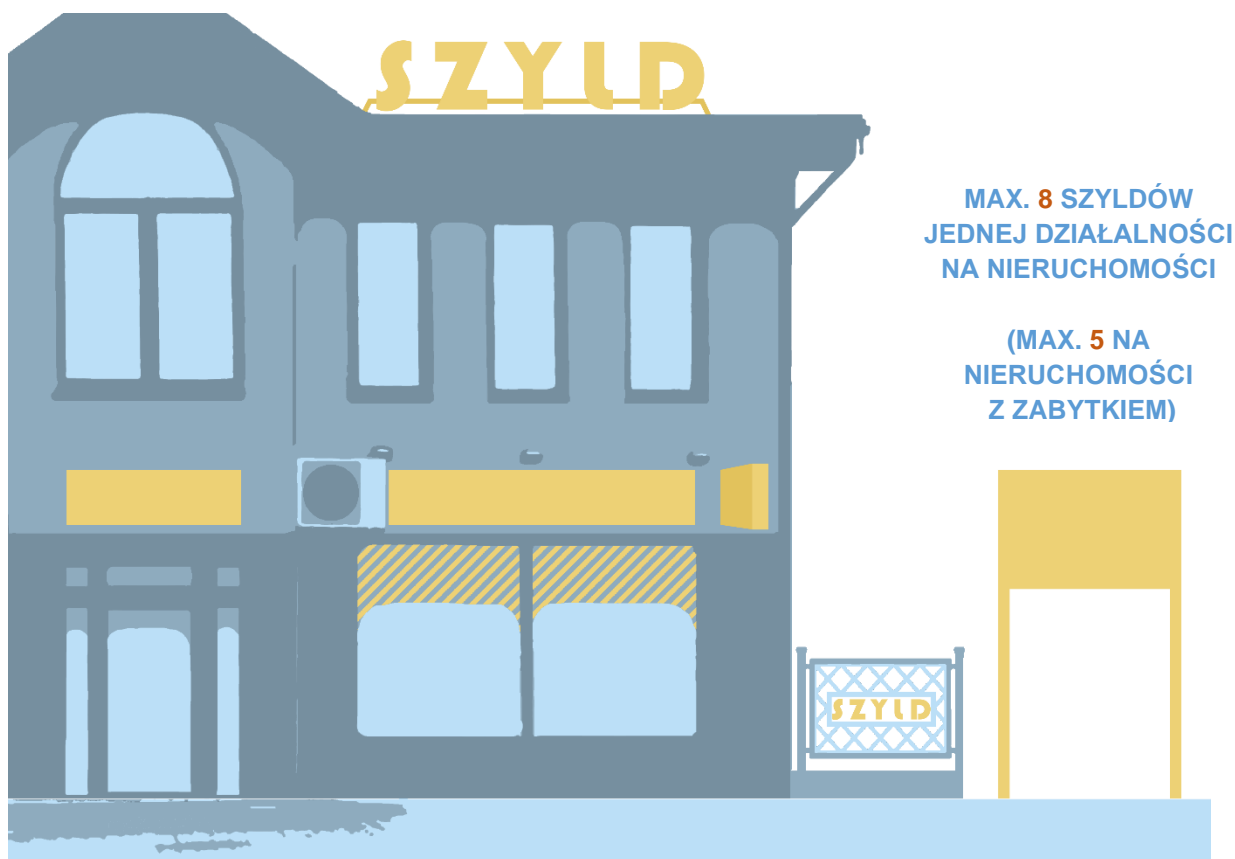
- 1) zastosowania formy ażurowej szyldu – wszystkie elementy takiego szyldu;
- 2) umiejscowienia szyldu w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej;
- 3) szyldu w formie wolnostojącej i formie wielościennej.

Rozdział 3 Postanowienia dla szyldów

§ 7. 1. Dopuszcza się sytuowanie **szyldów** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości.

2. Ogranicza się łączną liczbę szyldów jednej działalności prowadzonej na danej nieruchomości do:

- 1) **maksymalnie 8**, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów dla danego miejsca sytuowania, wprowadzonej w kolejnych paragrafach oraz z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego maksymalnie 5 szyldów, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów dla danego miejsca sytuowania.



3. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

4. Dopuszcza się stosowanie szyldów o zmiennej treści w przypadku, gdy ich powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza gabarytów 1,2 m szerokości i 1,8 m wysokości.

§ 8. Szyldy na elewacjach budynków:



- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **3 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez wyrównanie do nich lub sytuowanie symetrycznie względem nich,
 - b) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
 - w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - poza balustradami i kratownicami,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
 - c) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych,
 - d) dopuszcza się formę wielostronną dla szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji;
- 3) gabaryty:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna: wynikająca z pkt. 2;
 - b) grubość szyldów sytuowanych równolegle do elewacji: 0,3 m;
 - c) szerokość i wysokość szyldów sytuowanych prostopadle i skośnie do elewacji: 0,8 m;
 - d) grubość szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji: 0,3 m.

§ 9. Szyldy na dachu budynku:



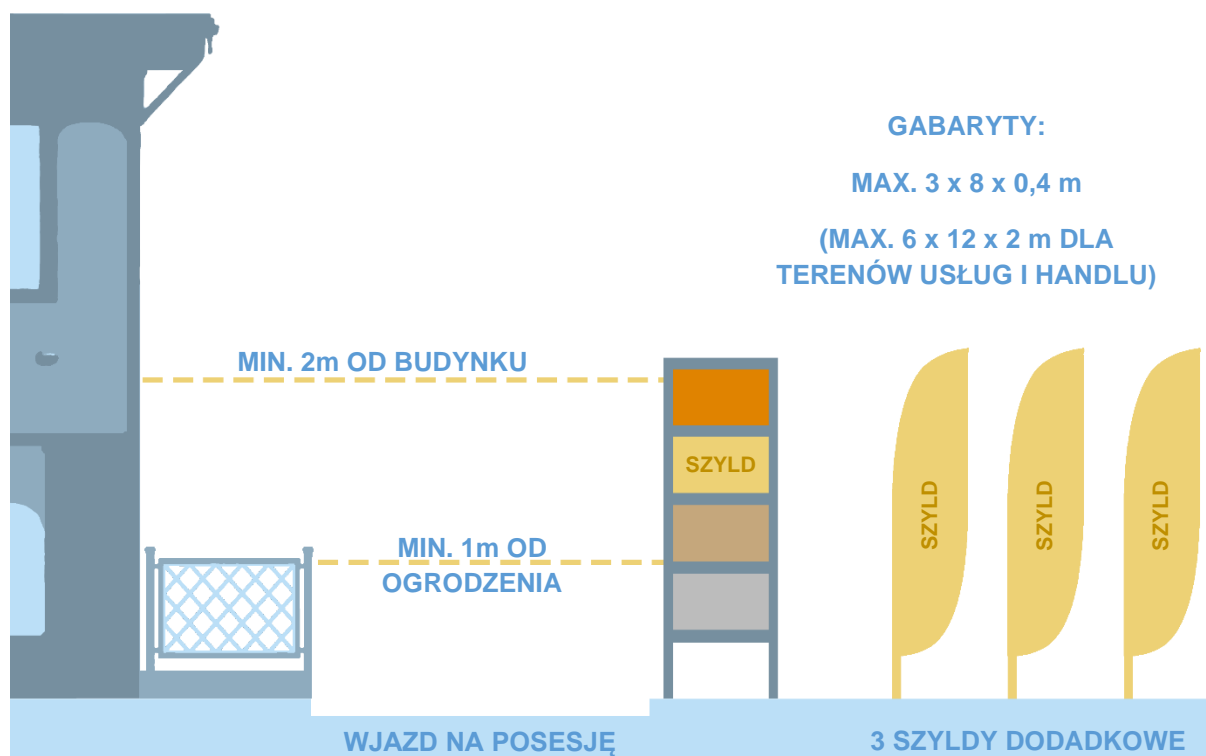
- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje zastosowanie formy ażurowej,
 - b) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązują zasada wspólnych osi kompozycyjnych;
- 3) gabaryty maksymalne: wysokość maksymalnie 1/5 wysokości elewacji i równocześnie nie wyższa niż wysokość dachu lub wysokość zadaszenia, na którym się znajduje, w przypadku sytuowania na połaci dachu skośnego lub zadaszenia.

§ 10. Szyldy sytuowane w witrynach



- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **2 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się umieszczanie bezpośrednio na szybie z zachowaniem widoczności elementów stolarki okiennej,
 - b) dopuszcza się sytuowanie formy ażurowej mocowanej do nadproży lub ościeży z możliwością przesłaniania stolarki okiennej;
- 3) gabaryty: dopuszcza się przesłanianie maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego.

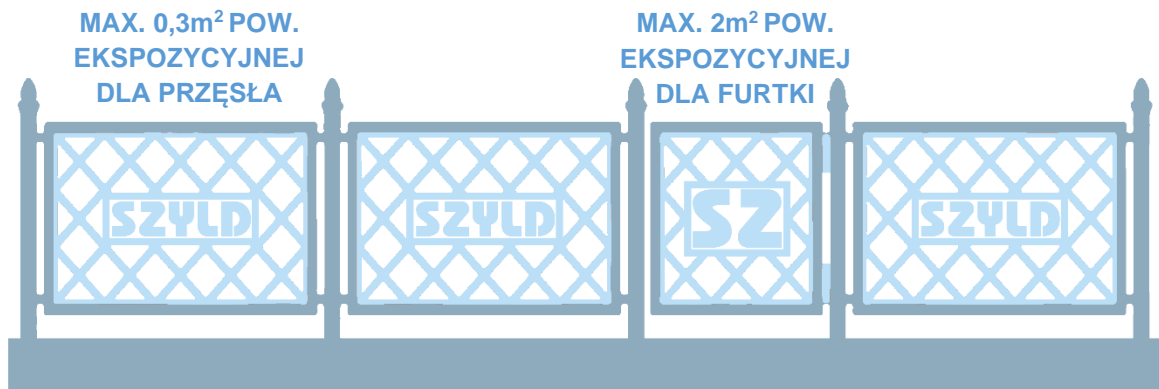
§ 11. Szyldy w formie wolnostojącej:



- 1) liczba maksymalna szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości łącznie:
 - a) **1 szyld** na każdy wjazd na posesję,
 - b) **3 szyldy** dodatkowe, niezależne od liczby wjazdów;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w przypadku istnienia więcej niż dwóch działalności posiadających szyldy na nieruchomości obowiązuje sytuowanie zbiorcze;
 - b) warunkiem sytuowania szyldów o wysokości powyżej 1 m jest trwałe związanie z gruntem,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną,
 - d) obowiązuje zachowanie minimalnych odległości:
 - od ogrodzenia: 1 m,
 - od budynku: 2 m;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) nieruchomości przeznaczone w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zabudowy usługowej, produkcyjnej lub składowej:
 - powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 18 m²,
 - wysokość: 12 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 2 m,

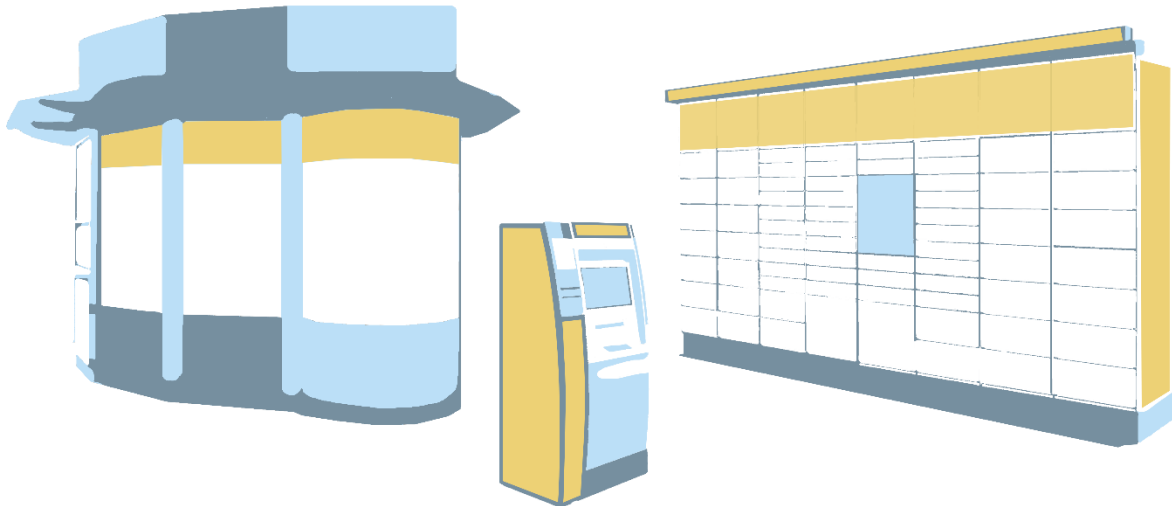
- b) nieruchomości pozostałe:
- powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 6 m,
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 3 m,
 - grubość: 0,4 m,

§ 12. Szyldy na ogrodzeniach:



- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) **1 szyld** zintegrowany z bramą wejściową lub furtką,
 - b) **1 szyld** na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w przypadku szyldów zintegrowanych z bramą wejściową lub furtką – szyldy muszą stanowić nierozdzielny całość z wybranymi elementami bramy lub furtki,
 - b) w przypadku szyldów zintegrowanych z przęsłem ogrodzenia – szyldy muszą stanowić nierozdzielny całość z przęsłem ogrodzenia;
- 3) gabaryty maksymalne powierzchni ekspozycyjnej:
 - a) szyld zintegrowany z bramą wejściową lub furtką: 2 m²,
 - b) szyld na każde przęsło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przęsłem: 0,3 m².

§ 13. Szyldy na urządzeniach technicznych, budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych:



- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej działalności prowadzonej na nieruchomości: trzy szyldy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej wyłącznie na przegrodach pionowych,
 - b) dopuszcza się szyldy o zmiennej treści;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna szyldów o zmiennej treści: $0,3 \text{ m}^2$,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna innych szyldów: nie większa niż ściana urządzenia automatycznego lub przegroda pionowa budowli lub elementy wieńczące zadaszania wiat, na której szyld jest sytuowany.

Rozdział 4 postanowienia dla nośników reklamy

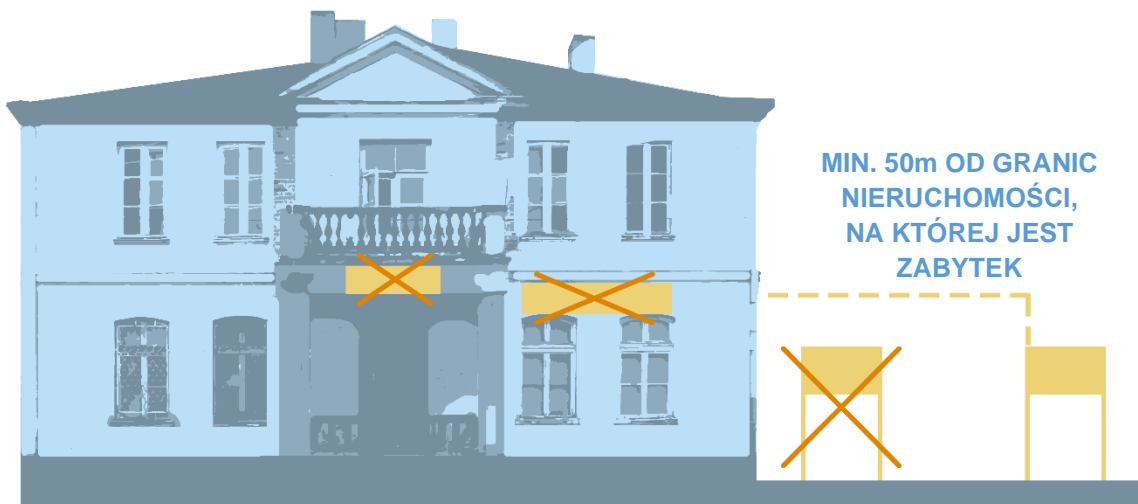
§ 14. 1. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach, przy spełnieniu określonych standardów sytuowania oraz przy użyciu wskazanych materiałów budowlanych.

2. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia nośników reklamy jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

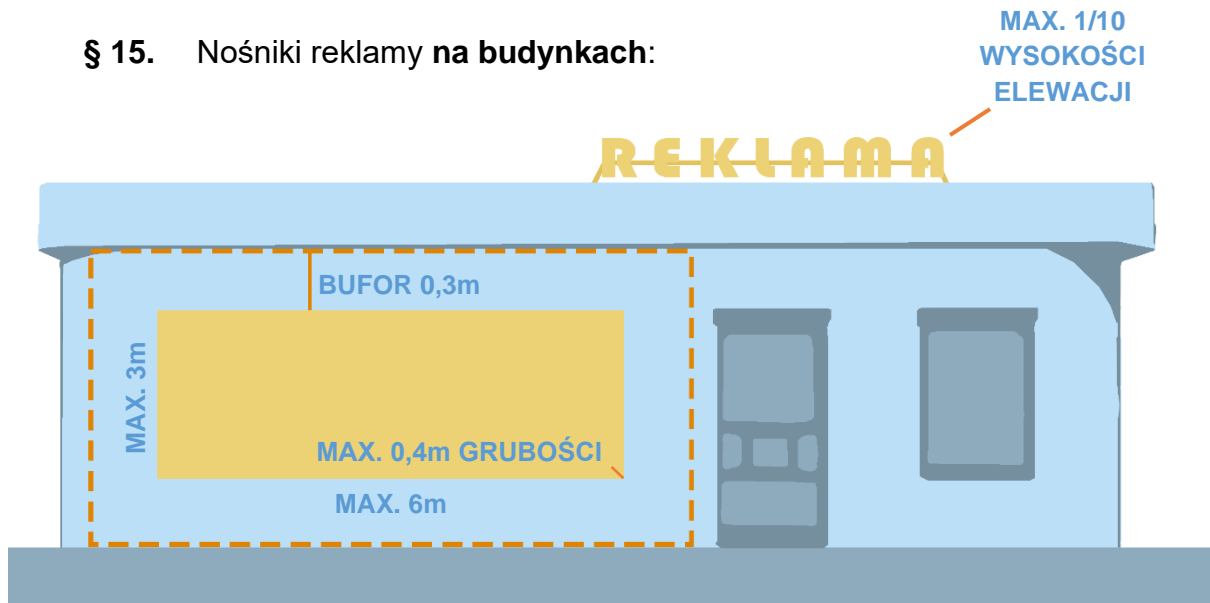
3. Dopuszcza się stosowanie powierzchni ekspozycyjnej o zmiennej treści wyłącznie przy spełnieniu standardu wyświetlania i przy ograniczeniu powierzchni ekspozycyjnej do 3 m².

4. Zakazuje się:

- 1) sytuowania nośników reklamy na elementach krajobrazu kulturowego;
- 2) sytuowania nośników reklamy w formie wolnostojącej lub nośników reklamy sytuowanych na ogrodzeniach, w odległości do 50 m włącznie od granic nieruchomości, które są elementem krajobrazu kulturowego lub na których znajduje się element lub elementy krajobrazu kulturowego.



§ 15. Nośniki reklamy na budynkach:



1) zasady i warunki sytuowania:

a) w przypadku sytuowania na budynkach mieszkalnych i z przeważającą funkcją mieszkaniową obowiązuje zakaz sytuowania na elewacjach posiadających otwory okienne,

b) obowiązuje:

- zachowanie odległości od krawędzi elewacji oraz istotnych detali architektonicznych odległości 0,3 m,
- zasada wspólnych osi kompozycyjnych,

c) dopuszcza się sytuowanie na dachach formy ażurowej;

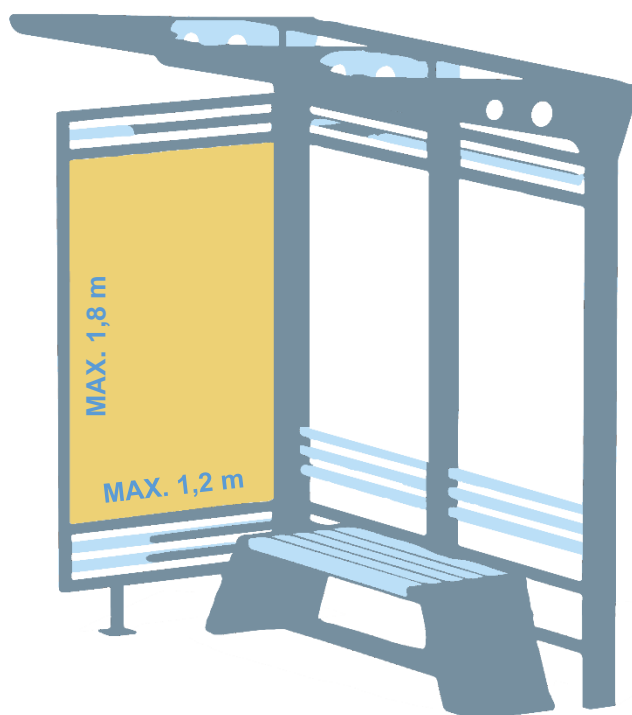
2) maksymalne gabaryty:

a) dla nośników reklamy sytuowanych na ścianach nieposiadających otworów okiennych: powierzchnia ekspozycyjna 60% powierzchni ściany, na której są sytuowane,



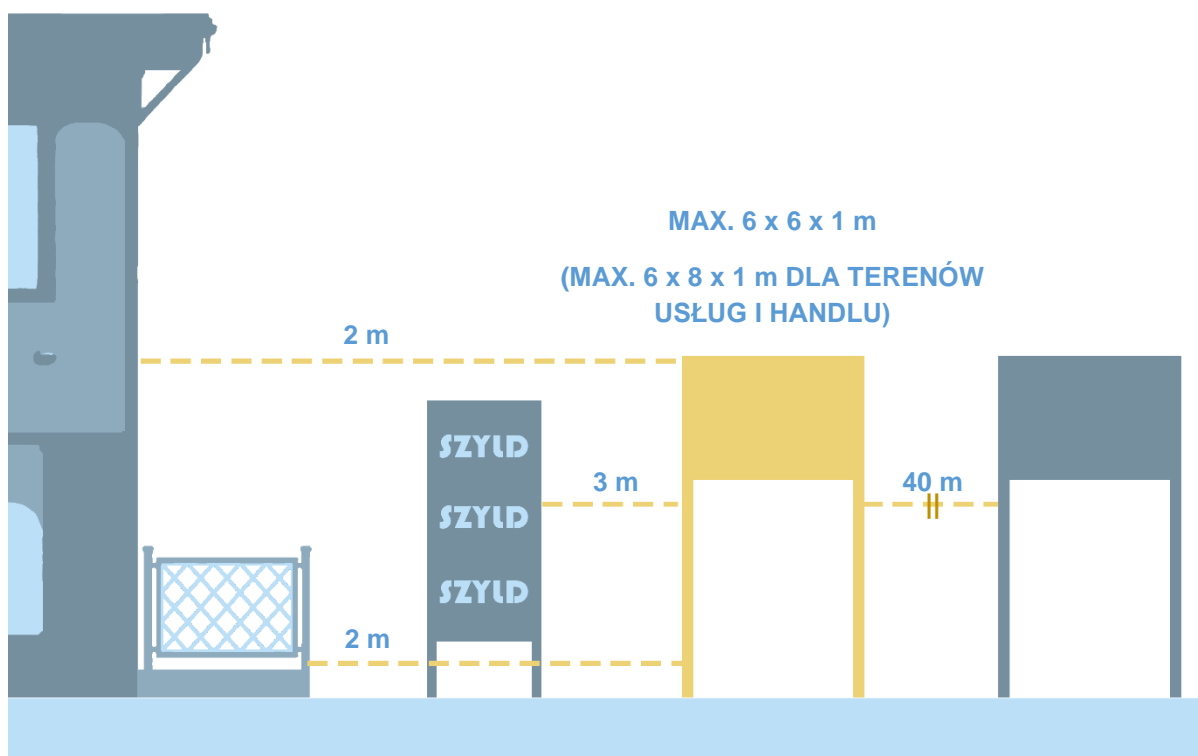
- b) na pozostałych ścianach:
- wysokość: 3 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość 0,4 m,
- c) na dachach: wysokość: maksymalnie 1/10 wysokości elewacji, przy której są sytuowane;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, powłoka malarska lub papier.

§ 16. Nośniki reklamy w wiatkach przystankowych:



- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie w sposób trwale połączony z wiatką przystankową;
- 2) maksymalne gabaryty:
- a) wysokość powierzchni ekspozycyjnej 1,8 m,
 - b) szerokość powierzchni ekspozycyjnej 1,2 m;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, papier.

§ 17. Nośniki reklamy wolnostojące:

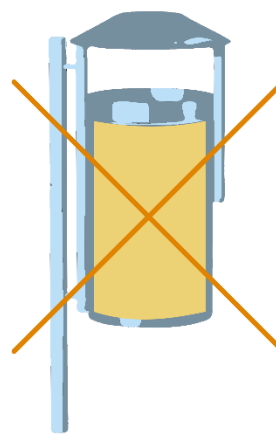
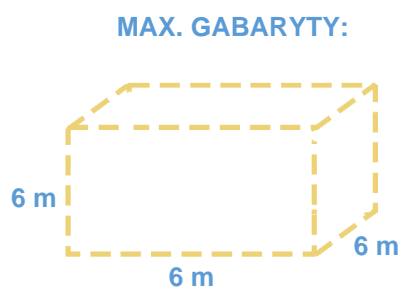
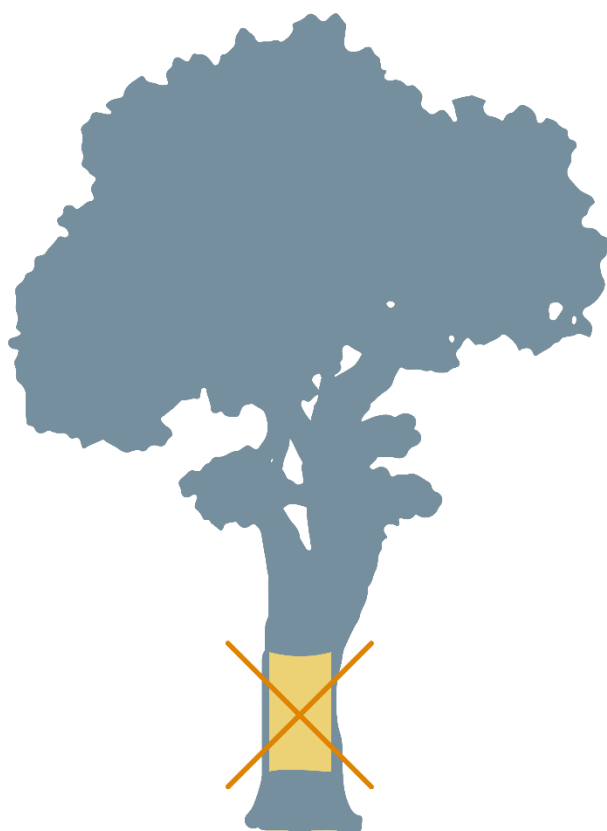


- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje standard posadowienia,
 - b) dopuszcza się formę wielostronną,
 - c) obowiązują odległości:
 - 40 m od innych nośników reklamy, sytuowanych na tej samej nieruchomości,
 - 3 m od szyldów w formie wolnostojącej, sytuowanej na tej samej nieruchomości,
 - 2 m od ogrodzenia,
 - 2 m od budynku;
- 2) maksymalne gabaryty w zależności od powierzchni nieruchomości, na której są umieszczone nośniki reklamy:
 - a) na nieruchomościach przeznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny usług lub tereny zabudowy usługowej, produkcyjnej lub składowej:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 18 m²,
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 1 m,
 - b) na pozostałych nieruchomościach:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 6 m²,

- wysokość: 6 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 1 m;
- 3) standardy jakościowe:
- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) obowiązuje standard posadowienia
 - c) obowiązuje standard wyświetlania;
- 4) materiały budowlane: beton, metal, tworzywo sztuczne, papier, szkło.

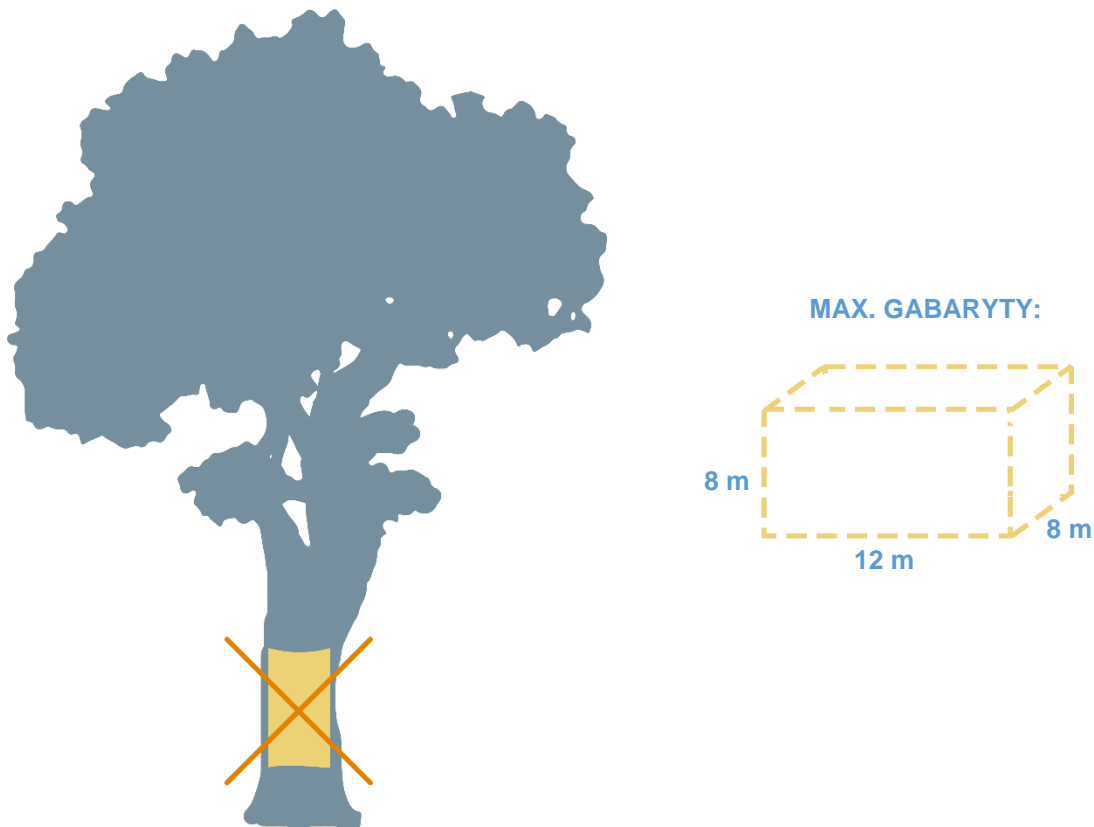
§ 18. Nośniki reklamy tymczasowej:

- 1) dopuszcza się sytuowanie **reklamy wyborczej**:



- a) zasady i warunki sytuowania:
 - zakaz sytuowania na drzewach,
 - zakaz sytuowania na obiektach małej architektury,
- b) maksymalne gabaryty:
 - wysokość: 6 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 6 m,
- c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwale związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;
- d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier.

2) dopuszcza się sytuowanie **reklamy okolicznościowej**:



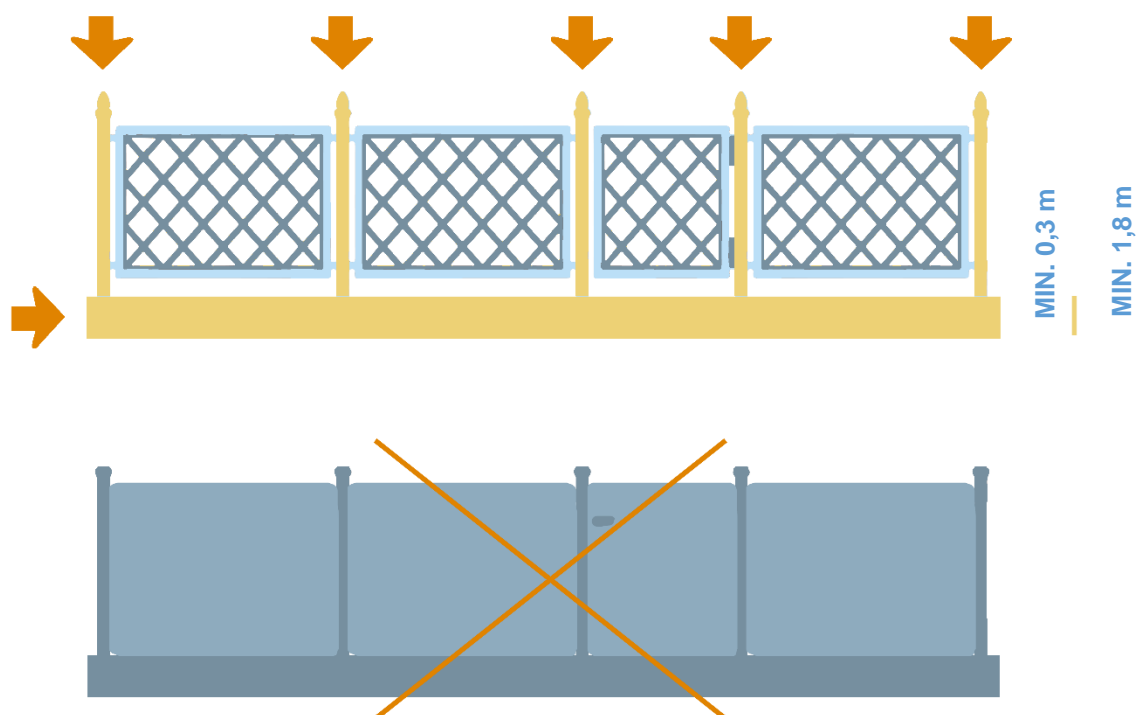
- a) zasady i warunki sytuowania: zakaz sytuowania na drzewach,
 - b) maksymalne gabaryty:
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 12 m,
 - grubość: 8 m,
 - c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwale związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;
 - d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier;
- 3) dopuszcza się sytuowanie **reklamy na ogrodzeniach budowy i rusztowaniach** związanych z prowadzonymi robotami budowlanymi i remontowymi na danej nieruchomości.

Rozdział 5 Postanowienia dla ogrodzeń

§ 19. Dla ogrodzeń sytuowanych od strony dróg publicznych obowiązują:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje stosowanie cokołu,
 - b) obowiązuje akcentowanie przęseł ogrodzenia na całej jego długości,
 - c) zakazuje się stosowania dla ogrodzeń sytuowanych w sąsiedztwie dróg publicznych ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%,
 - d) dopuszcza się stosowanie ogrodzeń pełnych na długości stanowiącej maksymalnie 40% długości ogrodzenia od strony dróg publicznych, z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących składów produktów sypkich;
- 2) gabaryty, z wyłączeniem ogrodzeń obiektów sportowych:
 - a) wysokość cokołu: minimum 0,3 m,
 - b) wysokość ogrodzenia z wyłączeniem bram i furtek: 1,8 m;

AKCENTOWANIE



- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- 4) materiały budowlane – zakaz stosowania:
 - a) prefabrykatów żelbetowych i betonowych,
 - b) blach trapezowych i falistych,
 - c) płyt pełnych, drewnopochodnych.

Rozdział 6 Postanowienia dla obiektów małej architektury

§ 20. Obiekty małej architektury:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
 - b) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod powierzchnią lub równo z powierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany,
 - c) określone w niniejszym paragrafie parametry nie dotyczą obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw;
- 2) gabaryty maksymalne: wysokość 6 m;



- 3) standardy jakościowe:
 - a) wysoki standard jakościowy,
 - b) stosowanie dla elementów drewnianych kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików,
- 4) materiały budowlane:
 - a) dopuszcza się: beton, drewno, metal, tworzywo sztuczne, szkło i kamień,
 - b) zakazuje się dla osłon, pergoli i wiat śmietnikowych: blachy falistej i trapezowej, tworzywa sztucznego, żelbetu.

Rozdział 7 Warunki i termin dostosowania

§ 21. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na **24 miesiące** od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Określa się terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) sytuowanych na ogrodzeniach: na **12 miesięcy**;
- 2) sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę: na **36 miesięcy** od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej.

§ 22. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Reklamowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

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

TERMINY DOSTOSOWANIA DO UCHWAŁY REKLAMOWEJ	
SZYLDY I NOŚNIKI REKLAMY NA OGRODZENIACH	12 MIESIĘCY
SZYLDY I NOŚNIKI REKLAMY ZREALIZOWANE Z POZWOLENIEM NA BUDOWĘ	36 MIESIĘCY
POZOSTAŁE SZYLDY I NOŚNIKI REKLAMY	24 MIESIĄCE
OGRODZENIA	NIE DOTYCZY
OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY	NIE DOTYCZY

§ 23. 1. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez:

- 1) usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 2) zmniejszenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 3) przeniesienie, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Reklamowej, do nowej lokalizacji.

2. w przypadku obowiązku dostosowania istniejących szyldów do **zasady wspólnych osi kompozycyjnych**, osie te wyznacza się w następujący sposób:

- 1) jeśli dwa szyldy lub więcej, na danej elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia, spełniają przedmiotowy warunek, to dostosowanie obowiązuje dla szyldów sytuowanych poza osią, wyznaczoną przez te szyldy;
- 2) jeśli żaden z szyldów na elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia nie spełnia warunku, to dostosowanie obejmuje wszystkie szyldy na elewacji.

3. w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego oraz po zakończeniu okresu ekspozycji reklamy okolicznościowej, należy:

- 1) po zakończeniu prac demontażowych usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, w szczególności kotwy, fundamenty, haki lub ślady lub otwory po zamocowaniach;
- 2) doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, w szczególności elewacji, do stanu poprzedniego, bezpośrednio sprzed montażu reklamy, z zastrzeżeniem pkt 3;
- 3) w przypadku braku możliwości określenia stanu opisanego w pkt 2 należy doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania do stanu spójnego z bezpośrednim otoczeniem.

Rozdział 8 **postanowienia końcowe**

§ 24. Wykonanie Uchwały Reklamowej powierza się Burmistrzowi Miasta Sulejówek.

§ 25. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego.