

Uchwała Nr
Rady Miejskiej w Dreźnie
z dniaroku

w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń

Na podstawie art. 37a ust 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2018 r., poz. 1945 ze zm.) oraz w związku z uchwałą nr XIII/107/2015 Rady Miejskiej w Dreźnie z dnia 28 października 2015 r. w sprawie przygotowania przez Burmistrza Dreznika projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, Rada Miejska w Dreźnie uchwala co następuje:

§1

1. Uchwala się „Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” zwane dalej „uchwałą”.
2. Integralną częścią uchwały są:
 - 1) załącznik nr 1.1 – rysunek w skali 1:25:000 określający granice obszarów gminy – stref, w których obowiązują różne regulacje uchwały;
 - 2) załączniki nr 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10, 1.11, 1.12, 1.13, 1.14, 1.15, 1.16, 1.17, 1.18, 1.19, 1.20 – rysunki w skali 1:5:000 – powiększenia obszarów objętych strefami A i B;
 - 3) załączniki nr 2.1, 2.2, 2.3 – tabele z ustaleniami szczegółowymi w zakresie lokalizacji szyldów;
 - 4) załącznik nr 2.4 – tabela z objaśnieniami rysunkowymi głównych ustaleń w zakresie lokalizacji szyldów;
 - 5) załączniki nr 3.1, 3.2, 3.3 – tabele z ustaleniami szczegółowymi w zakresie lokalizacji reklam innych niż szyldy;
 - 6) załącznik nr 3.4 – tabela z objaśnieniami rysunkowymi głównych ustaleń w zakresie lokalizacji reklam innych niż szyldy;
 - 7) załącznik nr 4 – rozstrzygnięcie Rady Miejskiej w Dreźnie o sposobie rozpatrzenia uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały.

§2 Na obszarze gminy Drezniko wyznacza się następujące strefy, oznaczone na rysunku, w których obowiązują różne regulacje uchwały:

- 1) strefa A – obszar zespołu urbanistyczno – krajobrazowego miasta Dreznika;
- 2) strefa B – obszar zurbanizowany w granicach administracyjnych miasta Dreznika z wyłączeniem strefy A oraz obszary intensywnej urbanizacji wsi;
- 3) strefa C – obszar ekstensywnej urbanizacji wsi, tereny lasów, tereny rolnicze oraz inne tereny nie włączone do stref A i B.

§3 Celem uchwały jest:

- 1) ustalenie zasad i warunków sytuowania na terenie gminy Drezniko obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 2) ochrona istniejącej struktury przestrzennej, w szczególności obszaru zespołu urbanistyczno – krajobrazowego miasta Dreznika;
- 3) ustalenie preferencji dla lokalizacji szyldów względem innych reklam w celu czytelnego oznaczenia przedsiębiorców w miejscu wykonywania działalności;
- 4) umożliwienie oznakowania drogi dojazdu do przedsiębiorców w sposób uporządkowany i minimalnie ingerujący w przestrzeń publiczną;
- 5) umożliwienie lokalizacji reklam innych niż szyldy w miejscach, gdzie prowadzona jest działalność usługowa na dużej powierzchni użytkowej;
- 6) ujednoczenie kolorystyki i materiałów obiektów małej architektury, w szczególności mebli miejskich;
- 7) ujednoczenie kolorystyki, materiałów i gabarytów ogrodzeń.

§4

1. Ustalenia uchwały podzielone są na ustalenia ogólne i ustalenia szczegółowe dotyczące odrębnie:
 - 1) obiektów małej architektury;
 - 2) ogrodzeń;
 - 3) szyldów;
 - 4) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy.
2. Uchwała określa formy reklam, w tym szyldów dopuszczonych do lokalizacji na terenie gminy, a opis poszczególnych form znajduje się w § 5.
3. Zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym szyld jest odmianą reklamy, stąd określone w uchwale formy reklam odnoszą się zarówno do szyldów jaki i innych rodzajów reklam.
4. Uchwała określa:
 - 1) gdzie można lokalizować wyłącznie szyldy, a gdzie dopuszczone są inne rodzaje reklam;
 - 2) terminy i sposób dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały szyldów i innych reklam do zapisów uchwały;
 - 3) terminy i sposób dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury do zapisów uchwały;
 - 4) terminy i sposób dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń do zapisów uchwały.

§5 Użyte w uchwale określenia oznaczają:

- 1) **baner reklamowy** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o jednostronnej powierzchni ekspozycyjnej, wykonana na tkaninie, miękkim tworzywie sztucznym, na folii, PCV, mocowaną na krawędziach;
- 2) **billboard** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej w układzie poziomym jednostronnej lub dwustronnej, montowanej na słupie lub słupach trwale związanych z gruntem o wysokości sytuowania dolnej krawędzi powierzchni ekspozycyjnej minimum 2,5 m n.p.t.;
- 3) **citylight** - podświetlone urządzenie reklamowe w postaci oszklonej (przezroczyste szkło, tworzywo sztuczne), pionowej gabloty ekspozycyjnej o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 2,2 m² i wysokości z konstrukcją do 2,7 m;
- 4) **ekspozytor** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w postaci nietrwale związanej z gruntem formy przestrzennej, przeznaczone do czasowej promocji, balony, flagi, powłoki pneumatyczne, namioty, stelaże wystawiennicze, stoiska promocyjno-reklamowe, projekcje, transparenty, sterowce itp.;
- 5) **flaga reklamowa** – urządzenie reklamowe w postaci tkaniny zawieszanej na słupie, przy czym na faldze reklamowej może znajdować się wyłącznie logo, logotyp;
- 6) **folia mrożona** – folia naklejana na szyby imitująca efekt mrożonej szyby, piaskowanej szyby, mlecznego szkła, ograniczająca widok wnętrza lokalu, rozpraszająca światło, ale przepuszczającą światło do wnętrza w minimum 75%;
- 7) **gablot reklamowa** – urządzenie reklamowe w postaci oszklonej gabloty (przezroczyste szkło, tworzywo sztuczne), służące do wystawiania eksponatów, towarów oraz zamieszczania reklamy lub informacji, lokalizowane na elewacji budynku;
- 8) **kaseton reklamowy** – urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, posiadające wewnętrzne źródło światła;
- 9) **logo, logotyp** – odpowiednio symbol graficzny lub napis i symbol graficzny, stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp., w tym w formie przestrzennej – symbol i napis o grubości dopuszczonej w ustaleniach szczegółowych;
- 10) **markiza** – stały lub składany daszek, osłaniający okno, drzwi, ogródek gastronomiczny lub witrynę sklepową, mogący zawierać wkomponowaną w lambrekin reklamę;
- 11) **meble miejskie** – obiekty małej architektury stanowiące elementy wyposażenia przestrzeni dostępnych publicznie, w tym między innymi: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty przystankowe, elementy oświetlenia będące małą architekturą, separatory itp.;
- 12) **mural reklamowy** – malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, niosące lub zawierające wkomponowany w malowidło przekaz reklamowy;

- 13) **ogrodzenie ażurowe** – ogrodzenie, w którym udział powierzchni pełnej wynosi nie więcej niż 30% powierzchni ogrodzenia, jako powierzchnię należy rozumieć iloczyn wysokości i szerokości przęsła ogrodzenia;
- 14) **ogródek gastronomiczny** – miejsce przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych;
- 15) **oświetlona lub podświetlona tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld** – tablica reklamowa, urządzenie reklamowe lub szyld o powierzchni ekspozycyjnej czytelnej po zmierzchu dzięki zastosowaniu własnego, wewnętrznego lub zewnętrznego źródła światła;
- 16) **plakat** – reklama w postaci druku jednostronnego lub dwustronnego, o charakterze reklamowo-informacyjnym, służąca do umieszczania na powierzchni słupa ogłoszeniowego, w gablocie lub witrynie, umieszczane czasowo w ustalonych w uchwale miejscach;
- 17) **podmiot prowadzący działalność** – osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne, które lokalizują reklamy je promujące;
- 18) **potykacz** – wolno stojące, przenośne urządzenie reklamowe o wysokości nie większej niż 1,0 m i szerokości nie większej niż 0,7 m, z dwustronną powierzchnią ekspozycyjną łącznie nie większą niż 1,4 m²;
- 19) **powierzchnia ekspozycyjna** – część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej;
- 20) **pylon** – wolnostojące urządzenie reklamowe połączone trwale z gruntem, o powierzchni ekspozycyjnej w układzie pionowym o zwartej strukturze na całej wysokości powierzchni ekspozycyjnej wykonane są w całości z twardych i sztywnych materiałów;
- 21) **pylon cenowy stacji paliw** – pylon, na którym prezentowane są ceny paliw oferowanych na stacji paliw;
- 22) **RAL (system RAL)** – system oznaczania kolorów RAL Classic, opracowany przez Niemiecki Instytut Jakości i Oznaczeń RAL i publikowany w formie wzorników kolorów, na który składają się: napis „RAL” oraz cztery cyfry, z których pierwsze dwie sygnalizują przynależność koloru do umownie określonych grup odcieni (np. RAL 10xx- grupa odcieni żółtych, RAL 90xx-grupa odcieni białych i czarnych);
- 23) **reklama** – upowszechnianie informacji zgodnie z definicją z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 24) **reklama umożliwiająca bieżącą zmianę informacji wizualnej** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o elektronicznej lub cyfrowej powierzchni ekspozycyjnej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego lub zmiennego komunikatu lub w formie ruchomych obrazów i efektów wizualnych, w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, teledim itp. oraz reklamę audiowizualną generowaną przy pomocy urządzeń multimedialnych emitujących treści reklamowe lub informacyjne w formie wyświetlanego zmiennego obrazu lub dźwięku, w tym projektory i projektory holograficzne;
- 25) **reklama naklejana na szybę** – reklama wykonana na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych;
- 26) **reklama czasowa** – reklama umieszczaną na okres nie dłuższy niż 30 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia wraz z usunięciem do 7 dni po zakończeniu wydarzenia; dotyczy wydarzeń określonych w zapisach szczegółowych uchwały;
- 27) **reklama odblaskowa lub szyld odblaskowy** – reklama lub szyld, których powierzchnia świeci światłem odbitym, emitowanym z zewnątrz;
- 28) **reklamowa siatka ochronna** – reklama montowana wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych, w postaci siatki ochronnej umieszczonej na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, przy czym siatka ta musi umożliwiać przenikanie światła dziennego przez okna lub otwory okienne do pomieszczeń budynku;
- 29) **słup ogłoszeniowo-reklamowy** – urządzenie reklamowe w formie stojącego pionowo walca, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach, wyborach itp.;
- 30) **szyld** – forma reklamy informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, zgodnie z definicją z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 31) **tablica reklamowa** – reklama o płaskiej powierzchni, zgodnie z definicją z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;

- 32) **totem** – wolnostojące urządzenie reklamowe – słup, na którego szczycie zamontowana jest reklama w postaci logo lub logotypu, kasetonu, tablicy dwustronnej o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 3 m²;
- 33) **urządzenie reklamowe** – forma reklamy inna niż tablica reklamowa, zgodnie z definicją z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 34) **witryna** – okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia witryny oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia witryny a równoległą do niej płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeża witryny;
- 35) **wysięgnik reklamowy** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, umieszczone prostopadle do elewacji budynku, w formie kasetonu lub płaskiej tablicy z twardego i sztywnego materiału, przy czym dopuszcza się również kasetony i tablice wycięte w kształt logo lub logotypu;
- 36) **teren sportu i rekreacji** – teren publicznie dostępny, na którym zlokalizowane są budowle sportowe i rekreacyjne;
- 37) **teren zieleni** – tereny zgodnie z definicją z ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz. U. z 2018 r. poz. 142 ze zm.).

Dział I Ustalenia ogólne

§6

1. Uchwały nie stosuje się do szyldów i innych reklam sytuowanych w podwórkach (w przypadku istnienia budynku frontowego) o ile nie są one widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie oraz we wnętrzach lokali usługowych w odległości większej niż 1,0 m od wewnętrznej szyby okna lokalu.
2. Przepisy uchwały dotyczące budynków mają zastosowanie również do obiektów budowlanych typu kiosk, kontener, gdzie prowadzona jest działalność.
3. Przy nieregularnych kształtach reklamy wymiary mierzy się wpisując obrys reklamy w prostokąt i mierząc boki tego prostokąta.
4. Obowiązujące w uchwale odległości liczone są od skrajnych elementów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
5. W rozumieniu uchwały, następujące informacje i dzieła artystyczne nie są uznawane za tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:
 - 1) aranżacje witryn i elementy wyposażenia wnętrza lokalizowane od wewnętrznej strony witryny lokalu użytkowego, odsunięte co najmniej 100 cm od szyby okna witryny;
 - 2) wolnostojące gabloty i tablice przeznaczone do prezentacji treści informacyjnych rady gminy, rad osiedli, sołectw oraz tablic przeznaczonych do prezentacji treści informacyjnych i regulaminów na terenach zieleni i placach zabaw oraz na terenach objętych ochroną prawną na podstawie przepisów o ochronie przyrody o wymiarach maksymalnych 1,5 m x 2,5 m;
 - 3) elementy systemu informacji miejskiej, turystycznej, przyrodniczej sytuowane na obszarze całej gminy, w tym tablice z nazwami ulic, numerami posesji, z oznaczeniem przyłączy urządzeń technicznych, tablice informujące o drodze do obiektów użyteczności publicznej, tablice z informacją o szlakach promocyjno-turystycznych, oznaczenia obiektów infrastruktury technicznej;
 - 4) materiały wyborcze lub dotyczące referendum umieszczane w miejscach przeznaczonych na bezpłatne umieszczanie urzędowych obwieszczeń wyborczych i plakatów wszystkich komitetów wyborczych ustalonych na czas kampanii i wyborów zgodnie z przepisami odrębnymi dotyczącymi organizacji wyborów;
 - 5) folie mrożone w kolorze mlecznym, naklejane na całą powierzchnię szyby danego okna bądź drzwi, wypełniające szybę aż do krawędzi ramy, nie przedstawiające żadnych elementów graficznych lub napisów, w przypadku gdy taka folia jest zastosowana w formie elementu graficznego lub napisu, należy ją lokalizować zgodnie z ustaleniami szczegółowymi dla szyldów i reklam innych niż szyldy.
6. Niezależnie od ustaleń szczegółowych dopuszcza się lokalizację:
 - 1) informacji o sprzedaży, wynajmie lokalu lub nieruchomości:
 - a) w przypadku lokalu użytkowego wyłącznie w formie informacji naklejonej na szybę o wymiarach maksymalnych formatu A3 – jedna sztuka,

- b) w przypadku budynku lub nieruchomości niezabudowanej wyłącznie w formie jednej tablicy lub jednego baneru o wymiarach maksymalnych 70 cm x 100 cm umieszczonych na elewacji, ogrodzeniu lub w formie tablicy wolnostojącej przy wjeździe na nieruchomość;
- 2) informacji o fundatorach, np. obiektu małej architektury w formie jednej tablicy o wymiarach maksymalnych 15 cm x 20 cm;
 - 3) informacji o właścicielu lub operatorze tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego, lub innego urządzenia, takiego jak w szczególności bankomat, automat do sprzedaży napojów lub przekąsek, o wymiarach maksymalnych 15 cm x 20 cm;
 - 4) jednej tablicy informującej o wjeździe na teren lub wyjeździe z terenu, zawierającej maksymalnie logo, wizerunek strzałki lub napis wjazd lub wyjazd, o wymiarach maksymalnych 75 cm x 100 cm, lokalizowanej przy wjeździe na nieruchomość, w tym w bramie wjazdowej, przejeździe bramnym;
 - 5) w strefie A dodatkowe dwa potykacze dla jednego podmiotu, informujące o prowadzonej działalności, kierujące do miejsca lokalizacji działalności, zawierające maksymalnie logo, logotyp, wizerunek strzałki i adres, przy czym potykacze te muszą być zlokalizowane w odległości minimum 50 m od siebie;
 - 6) w strefach B i C maksymalnie 3 wolnostojących tablic dla jednego podmiotu, informujących o prowadzonej działalności, kierujących do miejsca lokalizacji działalności, zawierających maksymalnie logo, logotyp, wizerunek strzałki lub napis z nazwą miejscowości i adres, o wymiarach maksymalnych powierzchni ekspozycyjnej 100 cm x 250 cm i maksymalnej wysokości wraz z konstrukcją do 2,5 m, przy czym tablice te muszą być zlokalizowane w odległości minimum 500 m od siebie;
 - 7) informacji o produktach dostępnych na terenie nieruchomości w formie tablic lub reklamy naklejanej umieszczanych na wiatkach lub dystrybutorach paliw, myjni samochodowych, punktów zbiórki rzeczy używanych, o wymiarach maksymalnych 15 cm x 20 cm;
 - 8) informacji o dopuszczalnym sposobie płatności za usługi lub towary, informacji o usługach pocztowych, płatniczych, informacji o zakazie sprzedaży wyrobów tytoniowych, informacji o dostępności sieci internetowej itp. zawierających logo usługi, piktogramy w formie tablic lub naklejanej na szyby o powierzchni maksymalnej 0,25 m² łącznie;
 - 9) informacji o sponsorze muralu, rozumianego jako malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, o powierzchni nie większej niż 5% powierzchni całego muralu i o wymiarach maksymalnych do 40 cm x 40 cm.
7. Powierzchnia zajmowana przez szyldy i inne reklamy, których formy opisano w ustaleniach szczegółowych w załącznikach do uchwały oraz w ust. 6, nie może przekroczyć łącznie:
- 1) 25% powierzchni ściany zewnętrznej danego budynku, mierzonej w kondygnacji parteru, bez powierzchni okien i drzwi;
 - 2) 25% powierzchni wszystkich przeszkleń w oknach parteru danego budynku.
8. Zakazuje się lokalizacji innych niż ustalone w niniejszej uchwale form szyldów i innych reklam, w tym murali reklamowych.

Dział II Ustalenia szczegółowe

Rozdział 1 Zasady i warunki lokalizacji szyldów

§7

1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów:
 - 1) szyldy należy lokalizować w odległości minimum 50 cm od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz od tablic z nazwami ulic;
 - 2) szyldy należy lokalizować minimum 10 cm od krawędzi lub narożnika budynku;
 - 3) w przypadku braku możliwości lokalizowania szyldu wolnostojącego na nieruchomości należącej do podmiotu prowadzącego działalność, należy rozważyć możliwość lokalizowania innej reklamy zgodnie z ustaleniami rozdziału 2 i załączników nr 3.1, 3.2, 3.3, 3.4.
2. Zakazuje się:
 - 1) szyldów oświetlonych lub podświetlanych, w tym szyldów oświetlonych lub podświetlanych światłem zmiennym oraz szyldów odbaskowych, przy czym dopuszcza się:

- a) szyldy podświetlone od tyłu światłem stałym, w taki sposób, że lico szyldu nie przepuszcza światła i powstaje efekt podświetlenia liter, logo, logotypu, całej tablicy na krawędziach,
 - b) szyldy podświetlone od tyłu światłem stałym, w formie kasetonów, w miejscach dopuszczonych niniejszą uchwałą, przy czym dopuszcza się podświetlenie liter, logo, logotypu, ale nie całej powierzchni tła kasetonu;
 - 2) szyldów wyświetlających ruchome obrazy, w tym stosujących efekty wizualne i przerwy pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami;
 - 3) szyldów lokalizowanych na budynkach równoległe do elewacji na wysięgnikach i konstrukcjach odstających od lica ściany o odległości większe niż ustalone dla poszczególnych wariantów szyldów;
 - 4) zasłaniania elementów dekoracyjnych elewacji takich jak gzymsy, zworniki, listwy przyokienne, obramienia okien, bonie, sztukateria, pilastry, lizeny, kolumny, półkolumny, płyciny, ornamenty, belki konstrukcji szachulcowej, muru pruskiego, balustrady;
 - 5) zasłaniania elementów takich jak otwory wentylacyjne;
 - 6) zasłaniania światła przejazdów bramnych;
 - 7) przesłaniania okien i witryn, z wyjątkiem dopuszczonych form szyldów;
 - 8) przesłaniania obiektów małej architektury, w szczególności mebli miejskich;
 - 9) przesłaniania pola widoczności kamer wizyjnych monitoringu miejskiego;
 - 10) zasłaniania oznakowania ulic, domów, znaków drogowych;
 - 11) instalowania szyldów na dachach, okapach, rynnach, cokołach;
 - 12) instalowania szyldów na wnękach okiennych lub drzwiowych, w taki sposób, że szyld lub jego konstrukcja wsporcza nachodzą na zewnętrzne lico ściany poza obrys wnęki i przesłaniają światło wnęki.
3. Określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały szyldów do zasad i warunków w niej określonych:
- 1) dla strefy A – 2 lata;
 - 2) dla stref B i C – 5 lat;
4. Ustala się, że wszystkie szyldy należy dostosować do ustaleń niniejszej uchwały w następujący sposób:
- 1) w przypadku, gdy istnieje większa liczba szyldów niż dopuszczalna określona w uchwale, należy dostosować liczbę i sposób lokalizacji szyldów do warunków określonych w uchwale;
 - 2) w przypadku, gdy żaden z szyldów nie spełnia zapisów uchwały w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów oraz ich gabarytów, należy zlikwidować takie szyldy i ewentualnie zlokalizować nowe zgodnie z ustaleniami uchwały;
 - 3) w przypadku, gdy na danej nieruchomości jest zlokalizowanych kilka szyldów, a każdy z nich spełnia zapisy uchwały w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów oraz ich gabarytów, poza ustaleniem dotyczącym jednolitej szerokości tablic – dla wariantu II, V, VI w załączniku nr 2.1., wariantu II, VII, VIII w załączniku nr 2.2., wariantu II, VI, VII w załączniku nr 2.3. należy dostosować wszystkie szyldy, do tego szyldu, który ma najmniejszą szerokość.
5. Dopuszcza się zachowanie następujących, istniejących w chwili uchwalenia niniejszej uchwały, szyldów, mimo że nie spełniają wszystkich warunków określonych w uchwale:
- 1) 1 szyldu dla 1 podmiotu prowadzącego działalność w postaci liter, logo lub logotypu montowanych równoległe do elewacji, jeżeli zlokalizowane są w przestrzeni pomiędzy górną krawędzią okien parteru a dolną krawędzią okien 1 piętra;
 - 2) 1 szyldu dla 1 podmiotu prowadzącego działalność w postaci liter, logo lub logotypu montowanych równoległe do elewacji, jeżeli zlokalizowane są na pionowej płaszczyźnie części attyki osłaniającej wejście do budynku, w kondygnacji parteru, przy czym szyld nie może wystawać poza krawędzie attyki;
 - 3) 1 szyldu dla 1 podmiotu prowadzącego działalność w postaci liter, logo lub logotypu montowanych równoległe do elewacji, na twardej tablicy, która przesłania światło wnęki drzwiowej, jeżeli wysokość szyldu jest nie większa niż 40 cm i szyld jest zamontowany symetrycznie nad wejściem i jednocześnie odległość górnej krawędzi wnęki drzwiowej od dolnej krawędzi okapu dachu jest mniejsza niż 30 cm, przy czym taki szyld nie może przesłaniać innych otworów, w tym okiennych i nie może nachodzić na elementy dachu czy krawędzie budynku;
 - 4) 2 szyldów dla 1 podmiotu prowadzącego działalność w postaci liter, logo lub logotypu w postaci grawerowanej na elementach takich jak pilastry, lizeny, jeśli są zlokalizowane bezpośrednio przy wejściu do budynku w kondygnacji parteru.

§8 W strefie A w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów oraz ich gabarytów dopuszcza się szyldy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku nr 2.1.

§9 W strefie B oraz w strefie C w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów oraz ich gabarytów dopuszcza się szyldy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku nr 2.2.

§10 W strefie C w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów oraz ich gabarytów dopuszcza się szyldy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku 2.3.

Rozdział 2

Zasady i warunki lokalizacji reklam innych niż szyldy

§11

1. Zapisy rozdziału dotyczą możliwości lokalizowania innych form reklam poza szyldami.
2. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania reklam innych niż szyldy:
 - 1) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy lokalizować w odległości minimum 50 cm od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz od tablic z nazwami ulic;
 - 2) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy lokalizować minimum 10 cm od krawędzi lub narożnika budynku;
 - 3) dla części konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących obowiązuje jednolita kolorystyka – szary (RAL 7045).
3. Zakazuje się:
 - 1) reklam na nieruchomościach zabudowanych przez budynki mieszkalne, gdzie powierzchnia całkowita zajęta przez części niemieszkalne wynosi maksymalnie 30% powierzchni całkowitej tych budynków;
 - 2) reklam na budynkach mieszkalnych, gdzie powierzchnia całkowita zajęta przez części niemieszkalne wynosi maksymalnie 30% powierzchni całkowitej tych budynków;
 - 3) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - a) oświetlonych lub podświetlanych, w tym oświetlonych lub podświetlanych światłem zmiennym na obiektach lub nieruchomościach wpisanych do rejestru zabytków lub do Gminnej Ewidencji Zabytków oraz na innych obiektach i nieruchomościach w strefie A,
 - b) odbłaskowych,
 - c) oświetlonych lub podświetlanych światłem zmiennym,
 - d) umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej, w tym stosujących efekty przerwy pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami, przy czym dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej jedynie jako citylight lub jako informacje wyświetlane w obrębie pylonów reklamowych, dotyczące zmiennych cen stałych produktów (niezawierające nazwy producenta), z zastrzeżeniem lit. e,
 - e) umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej, gdzie czas prezentacji informacji wizualnej jest krótszy niż 10 sekund,
 - f) lokalizowanych na budynkach równolegle do elewacji na wysięgnikach i konstrukcjach odstających od lica ściany o odległości większe niż ustalone dla poszczególnych wariantów reklam;
 - 4) zasłaniania elementów dekoracyjnych elewacji takich jak gzymsy, zworniki, listwy przyokienne, obramienia okien, bonie, sztukateria, pilastry, lizeny, kolumny, półkolumny, płyciny, ornamenty, belki konstrukcji szachulcowej, muru pruskiego, balustrady;
 - 5) zasłaniania elementów takich jak otwory wentylacyjne;
 - 6) zasłaniania światła przejazdów bramnych;
 - 7) przesłaniania okien i witryn, z wyjątkiem dopuszczonych form reklam;
 - 8) zasłaniania oznakowania ulic, domów, znaków drogowych;
 - 9) przesłaniania obiektów małej architektury, w szczególności mebli miejskich;
 - 10) przesłaniania pola widoczności kamer wizyjnego monitoringu miejskiego;
 - 11) instalowania reklam na dachach, okapach, rynnach, cokołach;
 - 12) instalowania reklam na wnękach okiennych lub drzwiowych, w taki sposób, że szyld lub jego konstrukcja wsporcza nachodzą na zewnętrzne lico ściany poza obrys wnęki.
4. Określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały reklam innych niż szyldy do zasad i warunków w niej określonych:
 - 1) dla strefy A – 2 lata;
 - 2) dla stref B i C – 5 lat;

5. Ustala się, że wszystkie reklamy inne niż szyldy należy dostosować do ustaleń niniejszej uchwały w następujący sposób:

- 1) w przypadku lokalizacji szyldów i innych reklam, których łączna lokalizacja jest zakazana uchwałą, preferencję w lokalizacji mają szyldy;
- 2) w przypadku lokalizacji większej liczby reklam niż dopuszczalna liczba reklam określona w uchwale, należy dostosować liczbę i sposób lokalizacji reklam do warunków określonych w uchwale;
- 3) w przypadku, gdy żadna z reklam nie spełnia zapisów uchwały w zakresie zasad i warunków sytuowania oraz ich gabarytów, należy zlikwidować takie reklamy i ewentualnie zlokalizować nowe zgodnie z ustaleniami uchwały.

§12 W strefie A w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy oraz ich gabarytów dopuszcza się reklamy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku nr 3.1.

§13 W strefie B w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy oraz ich gabarytów dopuszcza się reklamy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku nr 3.2.

§14 W strefie C w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy oraz ich gabarytów dopuszcza się reklamy w wariantach opisanych w tabeli w załączniku nr 3.3.

Rozdział 3

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury

§15 W zakresie zasad i warunków sytuowania oraz gabarytów obiektów małej architektury ustala się:

- 1) materiały, z których może być wykonany obiekt małej architektury: metal, stal nierdzewna, stal czarna, drewno, kamień, beton, beton architektoniczny, szkło, ceramika, ceramika tynkowana z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) materiały, z których mogą być wykonane budowle i urządzenia sportowe i rekreacyjne, które zaliczają się do obiektów małej architektury – dowolne;
- 3) kolorystykę:
 - a) naturalna drewna, kamienia, ceramiki, stali i innych metali,
 - b) elementów malowanych lub tynkowanych – biały RAL 9010 albo odcienie szarego albo czarny RAL 9005,
 - c) dachów – naturalna kolorystyka drewna, kamienia, ceramiki, stali i innych metali lub odcienie szarego,
 - d) dowolna dla budowli urządzeń sportowych i rekreacyjnych z wyłączeniem kolorów oślepiających i fluorescencyjnych i odblaskowych;
- 4) wysokość do 3,5 m;
- 5) obiekty należy sytuować w sposób niekolidujący z funkcjami i sposobem zagospodarowania przestrzeni;
- 6) obiekty należy sytuować w sposób zapewniający bezpieczeństwo użytkowania i nieograniczony dostęp dla osób niepełnosprawnych, zachowując minimum 1,5 m swobodnego przejścia na chodniku lub publicznym ciągu pieszym.

§16 Zakazuje się:

- 1) lokalizacji obiektów małej architektury na drzewach, przy czym dopuszcza się realizację elementów parków linowych;
- 2) stosowania elementów prefabrykowanych przęseł ogrodzeń betonowych;
- 3) stosowania blach ocynkowanych, falistych i trapezowych, chyba że stanowią pokrycie dachowe pergoli wiaty śmietnikowej.

§17

1. Określa się następujące terminy dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury:

- 1) dla strefy A – 2 lata;
- 2) dla stref B i C – 5 lat;

2. Zwalnia się z konieczności dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury innych niż meble miejskie i pergole wiat śmietnikowych.

Rozdział 4

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania ogrodzeń

§18

1. W zakresie zasad i warunków sytuowania oraz gabarytów ogrodzeń ustala się:
 - 1) zastosowanie ogrodzeń jako ażurowych na wysokości powyżej 0,4 m n.p.t.;
 - 2) materiały, z których może być wykonane ogrodzenie: metal, stal nierdzewna, stal czarna, drewno, kamień, ceramika, ceramika tynkowana;
 - 3) kolorystykę:
 - a) naturalną drewna, kamienia, ceramiki, stali i innych metali,
 - b) elementów malowanych lub tynkowanych – biały RAL 9010 albo odcienie szarego albo czarny RAL 9005,
 - 4) maksymalnie 3 kolory dla ogrodzenia jednej nieruchomości;
 - 5) wysokość:
 - a) do 1,2 m na nieruchomościach zlokalizowanych w strefie A, z zastrzeżeniem lit. c,
 - b) do 1,5 m na nieruchomościach zlokalizowanych w strefach B i C, z zastrzeżeniem lit. c,
 - c) dowolną dla:
 - terenów sportowych i rekreacyjnych,
 - terenów obiektów produkcyjnych i magazynowych,
 - terenów przemysłowych, terenów rolniczych, terenów lasów zgodnie z klasyfikacją gruntów i budynków lub przeznaczeniem w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego.
2. Dopuszcza się nie spełnienie warunku dotyczącego ogrodzenia ażurowego, jeśli przęsła ogrodzenia wykonane są przynajmniej w 70% z drewna, gdzie podany procent stanowi część powierzchni liczonej jako iloczyn wysokości i szerokości przęsła.
3. Dopuszcza się ogrodzenia inne niż ustalone w ust. 1:
 - 1) dla obszarów objętych ochroną na podstawie przepisów o ochronie przyrody oraz o ochronie zabytków, jeśli wynika to z przepisów odrębnych;
 - 2) dla ogrodzeń innych niż zlokalizowanych wzdłuż dróg publicznych lub wewnętrznych oraz innych terenów publicznych;
 - 3) wyższe niż określono w ust. 1 pkt 4, jeśli wynika to z przepisów odrębnych.
4. Zakazuje się z zastrzeżeniem ust. 5:
 - 1) ogrodzenia nieruchomości, na których zlokalizowane są budynki mieszkalne wielorodzinne;
 - 2) stosowania elementów prefabrykowanych przęsła betonowych na wysokości powyżej 0,4 m n.p.t.;
 - 3) stosowania blach ocynkowanych, falistych i trapezowych;
 - 4) stosowania tworzyw sztucznych, w tym siding, poliwęglanowych czy pleksiglas;
5. Dla tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas prowadzenia robót budowlanych dopuszcza się ogrodzenia z zastosowaniem:
 - 1) blach ocynkowanych, falistych, trapezowych;
 - 2) siatek ogrodzeniowych powlekanych tworzywem;
 - 3) tablic z twardego i sztywnego materiału, informujących o inwestycji budowlanej, realizowanej na danym terenie, dopasowanych do pojedynczego przęsła ogrodzenia.

§19

1. Określa się następujące terminy dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń:
 - 1) dla strefy A – 2 lata;
 - 2) dla stref B i C – 5 lat;
2. Zwalnia się z konieczności dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń:
 - 1) dla urządzeń sportowych i rekreacyjnych;
 - 2) ogrodzeń obszarów objętych ochroną na podstawie przepisów o ochronie przyrody oraz o ochronie zabytków;
 - 3) ogrodzeń nieruchomości zabudowanych budynkami mieszkalnymi jednorodzinnymi – do ich śmierci technicznej;

- 4) ogrodzeń sytuowanych od stron nieruchomości nie przylegających do dróg publicznych lub wewnętrznych oraz innych terenów publicznych;
 - 5) ogrodzeń gruntów rolnych i przemysłowych poza strefą A.
3. Ustala się, że wszystkie ogrodzenia nie wymienione w ust. 2 należy dostosować do ustaleń niniejszej uchwały zgodnie z terminem określonym w ust. 1.

Dział III
Ustalenia końcowe

- §20** Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.
- §21** Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Drezdenka.