

Rozpatrzenie przez Burmistrza Miasta Ustka wszystkich uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Ustka w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Ustki obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Pierwsze wyłożenie do publicznego wglądu: od 24.03.2020 r. do 14.04.2020 r.

Termin wnoszenia uwag: do dnia 28.04.2020 r.

W okresie pierwszego wyłożenia oraz w ustawowym okresie składania uwag wpłynęły 2 pisma zawierające uwagi, wymienione w poniższej tabeli.

Powtórzone wyłożenie do publicznego wglądu: od 01.09.2020 r. do 23.09.2020 r.

Termin wnoszenia uwag: do dnia 08.10.2020 r.

W okresie powtórzonego wyłożenia oraz w ustawowym okresie składania uwag wpłynęło 7 pism zawierających uwagi, wymienione w poniższej tabeli.

Rozpatrzenie uwag przez Burmistrza Miasta Ustka: w dniu 9.11.2020 r.

Podmiot lub osoba składa- jąca uwagę	Nr uwagi (l.p.)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym Sposób rozpatrzenia Burmistrza Miasta Ustka, z uzasadnieniem
..	1.1	Treść merytoryczna uwagi: Uwaga nie jest związana z zakresem merytorycznym projektu uchwały. Dotyczy ona zagadnień realizacyjnych uchwały. Pojawia się w uwadze m. in. stwierdzenie o braku wskazania jednostek odpowiedzialnych za realizację uchwały.

		Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Uwaga mimo swojej obszerności nie odnosi się do treści uchwały, której zakres wynika z ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j.: Dz. U. z 2020 r., poz. 293, z późn. zm., dalej: „upzp”). Zagadnienia związane z realizacją uchwały są uregulowane w powyższej ustawie (art. 37d), ustawie z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz.U. z 2020r. poz. 713 z późn. zm.) a także w ustawie z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j.: Dz. U. z 2020 r. poz. 256, 695 z późn. zm.). Za realizację uchwały odpowiedzialny będzie Burmistrz Miasta Ustka (zgodnie z art. 30 ust.1 ustawy o samorządzie gminnym, art. 37d ust. 3 upzp), który dobierze odpowiednie jednostki realizacyjne. Określenie tych jednostek nie mieści się w zakresie unormowań uchwały.
.. + *.*.	2.1	Treść merytoryczna uwagi: Uwaga zawiera prośbę o możliwość zachowania istniejącego szyldu, „zlokalizowanego powyżej parteru obiektu, równolegle do elewacji obiektu, idącego wzdłuż gzymsu”. Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: W uwadze nieadekwatnie wskazano jej zakres, nie ma to jednak wpływu na merytoryczną ocenę wniosku, gdyż jego cel jest czytelny. Uwaga dotyczy sytuowania szyldu wg postanowień §5 ust. 1 pkt 1 uchwały, a zatem dopuszczenia sytuowania szyldów na budynku zabytkowym (którego dotyczy wniosek) w formie ażurowej. Od tej zasady występują jedynie 3 wyjątki: szyldy sytuowane na elewacji ceglanej, szyldy sytuowane prostopadle oraz szyldy wpasowane w boniowanie. Szyld wskazany we wniosku jest jednak szyldem równoległym, sytuowanym na powierzchni

		tynkowanej elewacji neoklasycystycznego budynku, w polu pomiędzy gzymsem wieńczącym parter a detalami podokienników kondygnacji kolejnej – nie kwalifikuje się jako wyjątek przewidziany w projekcie. Dopuszczenie szyldów na obiektach zabytkowych, uzgodnione zostało z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków i głównym założeniem było zapewnienie możliwości reklamowania się podmiotom działającym w obiektach zabytkowych, ale pod rygorem estetycznym zachowania formy ażurowej – najmniej inwazyjnej w stosunku do detalowania historycznego.
..	3.1	Treść uwagi: W rozdziale III Par.13.1, punkt 1,c mówi o zakazie umieszczania reklam nie będących szyldem na parasolach- czy mowa tu o parasolach z nazwą Browaru? Czy mowa tu o całym mieście także w okresie sezonu letniego? Czy dotyczy to również leżaków? Uzasadnienie uwagi: Proponuję zapis o wyjątkach- takich jak okres wakacji. Można usystematyzować pozwolenie nakazując, że parasol musi mieć kolor biały bądź kremowy a reklama firmy nie może stanowić więcej niż 50% powierzchni parasola. Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Zjawisko umieszczania logo z nazwą browaru jest ściśle związane ze sprzedażą danego produktu w danym miejscu – reklama taka będzie zatem szyldem i taka forma jest przewidziana w projekcie uchwały. Ponieważ jest szyldem (gdyż przez szyld należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują) – projekt uchwały krajobrazowej dopuszcza ją ale na bardziej szczegółowych warunkach – wyłącznie na lambrekinie i wielkości nie większej niż 0,15 m² oraz o maksymalnej wysokości szyldu do 0,2 m. Jeśli dany leżak stanowi obiekt małej architektury to umieszczenie na nim szyldu jest możliwe do powierzchni 0,1 m² zgodnie z projektem uchwały.

..	4.1	Treść uwagi: 1. brak podziału miasta na obszary o różnych regulacjach. Uzasadnienie uwagi: Ad. 1 zasadnym jest podział miasta na obszary o różnych poziomie obostrzeń. Zasadnym jest aby „śródmieście” i promenada nadmorska miały ostrzejsze regulacje, jako reprezentacyjny obszar miasta, ale już tereny oddalone od centrum powinny mieć złagodzone wymogi. (np. Sopot w uchwale utworzył 8 obszarów strukturalnych i 13 obszarów indywidualnej promocji). Na konieczność utworzenia różnych obszarów wskazywali również mieszkańcy podczas prowadzonych warsztatów i rozmów w latach poprzednich. Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Zagadnienie podziału na obszary zostało poddane wnikliwej analizie urbanistycznej, prowadzonej podczas prac przygotowawczych do opracowania projektu właściwej uchwały krajobrazowej. Raport z badań był upubliczniony i konsultowany społecznie. Wynikało z niego, że specyfika obszaru Ustki, jej krajobraz kulturowy oraz status Uzdrowiska implikuje utworzenie obszaru jednorodnego i sprawiedliwie oraz dokładnie regulującego reklamy w Ustce. Należy przy tym zauważyć, że obszar zabytkowy Ustki ma większe obostrzenia, z racji ochrony zabytków.
	4.2	Treść uwagi: 2. brak wytycznych dotyczących reklam obwoźnych, Uzasadnienie uwagi: Ad. 2 nie znalazłem wymogów lub zakazów reklamy obwoźnej, a zakazuje się np. banerów reklamowych. Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Nie sprecyzowano na czym ma polegać reklama obwoźna. W praktyce można do niej zaliczyć wiele elementów (od zaparkowanych lawet, przez pojazdy

		z naklejkami, przyczepy reklamowe, ludzi w przebraniach czy rowery z transparentami). Każdy z tych elementów ma inne uwarunkowania prawne. Jednak wspólna cecha takich reklam – czyli brak trwałego związania z gruntem – sprawia, że wg projektu uchwały mogą być one dopuszczone wyłącznie na zasadach określonych dla reklamy okolicznościowej lub tymczasowej reklamy lub tymczasowego szyldu.
	4.3	Treść uwagi: 3. ograniczenie liczby szyldów na elewacji lub wolnostojących, Uzasadnienie uwagi: Ad. 3 ograniczenie liczby szyldów do dwóch na elewacji budynków użytkowych z różną działalnością ograniczają prawo do informowania o rodzaju prowadzonej działalności w tym budynku, może przecież być ich więcej niż 2. Przy nieruchomościach wielobudynkowych, z kilkoma lokalami / budynkami ograniczenie wolnostojących do 3 szt. również ogranicza to prawo. Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Projekt uchwały nie ogranicza łącznej liczby szyldów na elewacji, tylko liczbę szyldów każdej z działalności. Zatem każdy przedsiębiorca ma równe prawo do stosowania tej samej liczby szyldów.
	4.4	Treść uwagi: 4. zakaz stosowania banerów, Uzasadnienie uwagi: Ad.4 zakaz stosowania banerów może godzić w małych przedsiębiorców, których nie stać na wykonanie stałych reklam oraz ograniczać wpływy np. OSIR, Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie Uzasadnienie: Banery reklamowe są substandardową formą reklamy jednakowo szkodliwą

		dla ładu przestrzennego, bez względu na reklamowany podmiot. Współczesne technologie dają możliwość wyprodukowania szyldów trwałych i stosunkowo niedrogich, innych niż banery, jak choćby pleksi, naklejki (odpowiedniego rozmiaru w kontekście uchwały krajobrazowej) czy szyld malowany.
	4.5	Treść uwagi: 5. zbyt krótki termin za dostosowanie do nowych przepisów Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Sytuacja gospodarcza kraju i świata znacząco zmieniła się w trakcie opracowywania projektu uchwały. Biorąc pod uwagę ten fakt, zaproponowano w uchwale 9-cio miesięczne vacatio legis oraz okres dostosowawczy liczony od daty wejścia w życie uchwały wynoszący 27 miesięcy dla tablic i urządzeń reklamowych będących szyldami i 15 miesięcy dla tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami.
Mc Donald's Sp. z o.o.	5.1	Treść merytoryczna uwagi: Wnioskodawca wyliczył szereg standardowo stosowanych przez siebie szyldów, z prośbą o ich uwzględnienie. Szczegółowość informacji, mimo braku takiegoż zastrzeżenia może być potencjalnie elementem tajemnicy przedsiębiorstwa, dlatego zostają wykreślone dokładne wymiary elementów. Powszechnie stosujemy następujące kategorie znaków: (1) Znaki na elewacji/dachu budynku: (a) 2 x około 1mkw (b) 3 x około 3 mkw (c) 2 x około 1,5 mkw Wymienione powyżej znaki co do zasady pełnią funkcję szyldów. (2) Znaki reklamowe na terenie nieruchomości poza budynkiem: (a) 1 x pylon z dwustronnymi znakami łącznie około 90 mkw, wysokość od ok 5 m do ok 50 m (b) 3 x maszt flagowy o wysokości ok 10 m z dwustronna flaga

około 6 mkw

(...) Podane powyżej wymiary pylonu reklamowego w zależności od lokalizacji, jej potrzeb i naturalnych ograniczeń mogą być mniejsze.

(3) Znaki pozostałe, wolnostojące:

(a) 1 x ok 4 mkw;

(b) 1 x ok 3 mkw;

(c) 1 x ok 4 mkw;

(d) 1 x 8 mkw;

(e) 1 x 2,1 mkw;

(f) 1 x 6,50 mkw;

(...) W związku z definicjami ustawowymi oraz wprowadzonymi w drodze uchwały ww. znaki mogą być uznane jako tablice lub urządzenia reklamowe.

(4) Znaki kierunkowe na drogach wewnętrznych na nieruchomości poza budynkiem:

(a) 2 x ok 1mkw

(b) 1 x dwustronny totem ok 19mkw;

(...)

(5) Znaki reklamowe na ogrodzeniu i meblach zewnętrznych:

(a) ogrodzenie szklane o powierzchni reklamowej około 170 mkw

(b) parasole łącznie około 0,7 mkw – 4,33 m²:

–znaki na śmietnikach poniżej 0,1 mkw

–1 x plac zabaw dla dzieci – powierzchnię reklamową w każdej lokalizacji powinno się szacować indywidualnie, ponieważ są stosowane różne rodzaje zabawek.

Należy pamiętać, iż w każdej lokalizacji liczba śmietników, parasoli czy przęseł ogrodzenia jest dobierana indywidualnie, dlatego też ilość elementów, a co za tym idzie łączna powierzchnia reklamowa, może się od siebie różnić.

	Dodatkowo, prosimy o uwzględnienie w projekcie uchwały w szczególności sposobu prowadzenia usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie (...) tj. bez wysiadania z samochodu (towar wydawany jest z okienka wprost do pojazdu). Zmotoryzowani klienci powinni mieć możliwość zapoznania się z ofertą, menu, cennikiem na tzw. (...) Informacje te zazwyczaj znajdują na podświetlanych tablicach, na których, zgodnie z odrębnymi przepisami, przedstawia się nie tylko zdjęcie produktu, ale i cenę zakupu. W praktyce nie ma innej (niż graficzna) możliwości przedstawienia menu, w przypadku gdy zainteresowana osoba obsługiwana jest bez wychodzenia z samochodu. Rozpatrzenie Burmistrza: Częściowe nieuwzględnienie. Uzasadnienie: Przedstawione dane dotyczą głównie nazw własnych (nieupublicznione) rozwiązań reklamowych i funkcjonalnych oraz gabarytów potencjalnych tablic i urządzeń reklamowych będących szyldami. Jednak projekt uchwały operuje szerszym arsenalem czynników wpływających na możliwość ich sytuowania, określając ściśle i wyczerpująco zasady i warunki ich sytuowania, liczbę oraz ostatecznie gabaryty. Złożoność problematyki sytuowania reklam w przestrzeni publicznej i widocznej z niej przestrzeni prywatnej tworzą jednak zależności niemożliwe do uchwycenia w zestawieniu jedynie z gabarytami i bez odniesienia do projektu nieistniejącego jeszcze budynku. Istotne jest jednak, aby zwrócić uwagę na fakt, iż inwestor przymierzający się potencjalnie do wprowadzenia swojej inwestycji otrzymuje pakiet wytycznych dla szyldów i reklam nie będących szyldami w postaci uchwały krajobrazowej, które będzie musiał spełnić. Jest to znaczne ułatwienie w stosunku do sytuacji, w której musiałby się do zmian dostosowywać. Uwagę uwzględnia się w zakresie zgodnym z projektem uchwały: a) Dopuszczenia szyldów wolnostojących formatu standardowego (3 mkw); b) Dopuszczenie szyldów na urządzeniach automatycznych do 4 sztuk do
--	---

		formatu średniego (1mkw); c) Dopuszczenie szyldów na obiektach małej architektury po jednym na jeden obiekt; d) Tablice informacyjne/ kierunkowe/wjazdowe, nie niosące w sobie treści reklamy, nie są regulowane uchwałą. Uwagi nie uwzględnia się w zakresie: a) Zwiększenia dopuszczalnej liczby szyldów na budynkach z 2 do 7; b) Zwiększenia dopuszczalnej liczby szyldów wolnostojących z 3 do 10; c) Zwiększenia dopuszczalnej powierzchni szyldów na ogrodzeniu z około 4 mkw do ok 170 mkw; d) Dopuszczenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych będących szyldem formatu większego niż standardowy.
..	6.1	Treść uwagi: W definicji reklamy okolicznościowej proponuję podać przykłady takiej reklamy, bo w Ustce jest dużo typów.
		Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Nie ma przeciwwskazań dla podania przykładów o ile nie zmienia to sensu definicji, stąd zostanie ot uzupełnione przez wymienienie po słowach „w tym”. Aby zachować spójność, przykłady zostaną podane również dla tymczasowych reklam i szyldów.
	6.2	Treść uwagi: par 1 ust 2 – przepisy o jakim ruchu? Trzeba uzupełnić.
		Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Zostało uzupełnione o przepisy o ruchu drogowym.
	6.3	Treść uwagi: Raz mówi się o odstępach a raz o odległościach – jaka jest różnica? Trzeba uspoźnić albo zdefiniować.

	Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Zostało uspoźnione.
6.4	Treść uwagi: Na parasolach można umieścić po szyldzie na każdym lambrekinie i dodatkowo np. na czaszy jeden mniejszy? Na parasolach to chyba tylko na lambrekinach powinny być. Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Zostało doprecyzowane.
6.5	Treść uwagi: Par 11 i później par 17 i 18 – nie jest jasne, czy te warunki dodatkowe to obowiązują łącznie z tymi ze wcześniejszych paragrafów, czy są warunkami „extra”, czyli „dodatkowo” w rozumieniu: „jako inne rozwiązanie”. A to bardzo ważne rozróżnienie Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Postanowienia §11, §17 i §18 zostaną zmodyfikowane tak, aby nie wprowadzały możliwości błędnej interpretacji, że reklamy (w tym szyldy) muszą spełniać łącznie wskazane postanowienia.
6.6	Treść uwagi: Podobnie czasem używa się słów „łącznie” poniższe warunki a czasem nie. Trzeba zweryfikować, czy to jest prawidłowe logicznie i merytoryczni. Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie:

	Postanowienia zostały sformułowane w sposób jednoznaczny. Warunek „łącznego spełnienia” wynika z treści konkretnego ustępu czy paragrafu – niekiedy dana sytuacja nie występuje, wtedy nie prowadzono łącznika. Jednak dla dodatkowego podkreślenia obowiązku spełnienia niektórych warunków łącznie wprowadzono w następujących paragrafach oczekiwane sformułowanie: a) §5ust. 1, b) §10, c) §17 ust. 2, d) §18 ust. 2.
6.7	Treść uwagi: Myślę, że niektóre paragrafy, punkty czy nawet litery z postanowieniami można rozbić na mniejsze jednostki, bo można się czasami pogubić. Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Nie wskazano w uwadze miejsc powodujących niezrozumienie, więc wprowadzono jedynie następujące uproszczenie w §16 ust. 1 pkt 4 lit. b – rozbicie na dwie litery.
6.8	Treść uwagi: Wg. mnie termin dostosowania jest za krótki, nikt nie zdąży tego robić w rok. Ponadto jak uchwała ma zacząć działać już w 2020 na sezon, to kto zdąży w pół roku zmienić szyldy i reklamy wystawiane tylko na lato? Teraz, jak nie wiadomo co z pandemią? Proponuję albo dać vacatio legis 9 miesięcy (do końca września) i w wakacje dopiero informować co za rok się zmieni, albo nawet za dwa (czyli również wydłużenie czasu dostosowania). Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Sytuacja gospodarcza kraju i świata znacząco zmieniła się w trakcie opracowywania projektu uchwały. Biorąc pod uwagę ten fakt,

		zaproponowano w uchwale 9-cio miesięczne vacatio legis oraz okres dostosowawczy liczony od daty wejścia w życie uchwały wynoszący 27 miesięcy dla tablic i urządzeń reklamowych będących szyldami i 15 miesięcy dla tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami.
	6.9	Treść uwagi: Par 4.1.a – rozumiem, że zabytki są ważne, ale jak jeden stoi przy skrzyżowaniu, to czemu może mieć szyld tylko z jednej strony? Liczba szyldów powinna być wspólna dla wszystkich, ale na zabytkach niech to będą szyldy ładniejsze po prostu. Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Spostrzeżenie jest słuszne i trudno z nim dyskutować – lokale narożne tradycyjnie są oznaczone na obu elewacjach.
	6.10	Treść uwagi: W ogóle liczba szyldów jest z kosmosu. Dwa szyldy na budynku to się nie sprawdzi. Musi być jeden prostopadły, widoczny z ulicy i jeden z przodu. No i coś w witrynie. Nawet w super eleganckich galeriach handlowych lokale mają minimum dwa szyldy na jednej elewacji. A jak jest budynek narożny to ma dwie elewacje i powinien mieć dopuszczane dwa razy więcej szyldów. Rozpatrzenie Burmistrza: Uwzględnienie Uzasadnienie: Zwiększenie liczby szyldów jest zasadne i zakorzenione w historii, do której uchwała krajobrazowa stara się nawiązywać.
	6.11	Treść uwagi: Trwałe związanie z gruntem szyldów jest dobre, ale czy nie wykluczamy eleganckich sztalug z menu? Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie.

		Uzasadnienie: Są one dopuszczone jako tymczasowe szyldy.
	6.12	Treść uwagi: Czy popularne potykacze muszą zniknąć, w świetle uchwały? One tylko przeszkadzają, powinny być zakazane.
		Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie.
		Uzasadnienie: Są one dopuszczone kompromisowo jako tymczasowe szyldy.
..	7.1	Treść uwagi: Proszę uwzględnić w ustawie „krajobrazowej” teren przy (...) pod tzw. ogródek artystyczny. Nigdy nie wiadomo co w tym życiu może być potrzebne dla prowadzenia działalności gospodarczej. Jest to ucieczka do przodu.
		Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie.
		Uzasadnienie: Uwaga jest sformułowana w sposób zbyt ogólny, nie można odnieść się do niej merytorycznie.
..	8.1	Treść uwagi: Zakazu umieszczania wszelkiego rodzaju reklam w strefie A Uzdrowiska Ustka (zgodnie z granicami strefy A (ul. Wczasowa, Promenada, plaża, trakty pieszo-rowerowy, dukty leśne itp.)
		Rozpatrzenie Burmistrza: Częściowe nieuwzględnienie.
		Uzasadnienie: Zakaz byłby niezgodny ze statutem Uzdrowiska, który dopuszcza reklamy w określonych lokalizacjach.
	8.2	Treść uwagi: Zakaz umieszczania reklam za wyjątkiem związanych z elementami infrastruktury turystycznej w strefie B Uzdrowiska (zgodnie z mapą granic

	strefy B strona wschodnia Ustki). Umieszczanie reklam w poszczególnych strefach Uzdrowiska regulują ustawa z 4.03.2011 art. 41 ust. 2 pkt 3b [Art. 41 ust. 2. pkt 3 ppkt b ustawy o lecznictwie uzdrowiskowym: "Statut uzdrowiska albo statut obszaru ochrony uzdrowiskowej zawiera w szczególności przepisy mające na celu ochronę funkcji leczniczej w uzdrowiskach, określające w szczególności formy i miejsca lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych"] oraz regulamin Uzdrowiska Ustka, oraz plan zagospodarowania przestrzennego dla poszczególnych stref Uzdrowiska Rozpatrzenie Burmistrza: Częściowe nieuwzględnienie. Uzasadnienie: Porządek prawny reguluje relację Uchwały Krajobrazowej do Miejscowego Planu Zagospodarowania Przestrzennego – uchwała jest nadrzędna, anuluje postanowienia planów dotyczące reklam. Uchwała wskazuje z kolei na spójność ze Statutem Uzdrowiska, gdyż w §16 ust. 1. „Dopuszcza się sytuowanie wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, spełniających łącznie poniższe warunki: 1) będących zgodnymi ze Statutem Uzdrowiska Ustka, obowiązującym na mocy przepisów odrębnych, oraz równocześnie zgodnych z pozostałymi postanowieniami Uchwały Krajobrazowej (...)” Natomiast ograniczenie reklam do „elementów infrastruktury turystycznej” jest zapisem nieostrym, gdyż każdą działalność w miejscowości turystycznej da się powiązać z turystyką.
8.3	Treść uwagi: Do § 17 projektu uchwały dodać podpunkt d) „zakazuje się umieszczania reklam na elementach infrastruktury miejskiej (latarnie, kosze na śmieci, ławki, skrzynki przyłączy gazu, energii itp.) – załączone zdjęcia 19 szt. do skargi Rozpatrzenie Burmistrza: Nieuwzględnienie.

		Uzasadnienie: Projekt uchwały zakazuje takiej reklamy. Przytoczone w uwadze reklamy nie były reklamą okolicznościową, albowiem były sytuowane w sposób trwały i dłuższy niż 14 dni. A taka reklama nie jest dopuszczona na mocy §12 ust. 1.
OSIR	9.1	Treść uwagi: Wnioskodawca wyliczył szereg standardowo stosowanych przez siebie reklam, z prośbą o ich uwzględnienie. Szczegółowość informacji, mimo braku takiegoż zastrzeżenia może być potencjalnie elementem tajemnicy przedsiębiorstwa, dlatego zostają wykreślone dokładne wymiary elementów. (...) Z uwagi na to proponuję wprowadzenie zapisu wyłączającego tereny sportowe z zakazu wymienionego w § 13 pkt. 1 uchwały. Uzasadnienie uwagi: (...) Mając również na uwadze poprawę estetyki ogrodzenia Ośrodka od strony ul. Grunwaldzkiej poprzez zamieszczenie historycznych zdjęć usteckich sportowców, forma baneru (w mojej ocenie) winna być dopuszczalna (koszt wykonania banerów jest znacznie niższy od innych form reklamy). (...) Brak możliwości umieszczenia reklam na w/w powierzchniach powoduje znaczne pomniejszenie przychodów dla Ośrodka. Jednocześnie nadmieniam, iż góry bram wejściowych w większości przypadków wykorzystywane są w celu zamieszczenia numeru alarmowego WOPR – w postaci banera reklamowego, a brak możliwości wykorzystania tego typu powierzchni reklamowej powoduje również ograniczenie bezpieczeństwa wypoczywających na usteckich plażach turystów. Sektor sportowy tj. boiska usytuowane na plaży wygradzane są bandami które również pokrywane są treściami reklamowymi wykonanymi w postaci banerów reklamowych. Brak możliwości zastosowania tego typu rozwiązania uniemożliwia uporządkowanie przestrzeni dedykowanej uprawianiu sportów na plaży. Nie wygradzenie boisk w konsekwencji powoduje również, iż miejsca te są wykorzystywane do plażowania (niezgodnie z ich przeznaczeniem). Nadmieniam również, że tego typu forma wyznaczenia boisk wykonywana jest w postaci umowy barterowej tj. nie generuje

	zbędnych kosztów po stronie Ośrodka. Jednocześnie proszę o wyjaśnienie zapisów: 1. Czy § 18 w/w uchwały dotyczy się również tzw. potykaczy reklamowych, oraz czy warunki określone w tym § mają być spełnione łącznie? W mojej ocenie rozpatrywanie dodatkowych warunków zawartych w §18 w/w uchwały ogranicza możliwość ustawienia omawianych potykaczy wyłącznie do plaży. 2. Czy §20 pkt. 2 dotyczący gabarytów małej architektury obejmuje również obiekty sytuowane na terenach administrowanych przez OSIR? Zaznaczam, iż w niedalekiej przyszłości planowane jest wykonanie wiaty integracyjnej przekraczającej szerokość frontową kreślona w § 20. Rozpatrzenie Burmistrza: Częściowe nieuwzględnienie. Uzasadnienie: W uzasadnieniu wymieniono istniejące i planowane do realizacji reklamy, co nie jest de facto uzasadnieniem, raczej wykazem elementów, które miałyby być dopuszczone na terenach sportowych, jak głosi treść uwagi. Przy tym należy zauważyć, że proponowane zwolnienie nosi znamiona zwolnienia podmiotowego, które jest niedopuszczalne w przypadku uchwały krajobrazowej. Ponadto, nawet jeśli użyć interpretacji rozszerzającej z „terenów sportowych” na obiekty, urządzenia i budowle sportowe oraz inne służące uprawianiu sportu, co czyniłoby wyjątek wyjątkiem przedmiotowym, to takie rozwiązanie przyczyniłoby się do umożliwienia występowania reklam w zbyt dużym zakresie. Dodatkowo część z przedstawionych reklam znajduje się poza terenami sportowymi, co czyni uwagę niespójną. Niezależnie od powyższego, wnikliwa analiza uwagi pozwala na stwierdzenie, że niektóre proponowane przez wnioskodawcę zmiany w projekcie uchwały nie są konieczne. Przykładowo, pewne wskazane w uwadze elementy stanowią szyld i są dopuszczone, lub są faktycznie reklamą- dopuszczoną jako reklama tymczasowa czy okolicznościowa. Ponadto projekt uchwały zakazuje sytuowania banerów reklamowych a nie np. banerów z informacjami o numerach ratunkowych. Chyba, że obok numeru będzie logo operatora sieci komórkowej, wtedy to logo pojawić się
--	--

nie może. Zgodnie z art. 2 pkt 16a) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przez "reklamę" - należy rozumieć "upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne".

Zatem wszystko co nie jest powyższym nie podlega uchwale krajobrazowej.

Banery na boisku sportowym, zawierające logo sponsora, są de facto szyldem, ponieważ informują o firmie, prowadzącej działalność sponsorską w miejscu (na nieruchomości), na której baner występuje.

Odpowiadając na pytania:

1) potykacze są dopuszczone jako szyldy tymczasowe, które nie muszą być trwale związane z gruntem;

2) projekt zostanie doprecyzowany w tym względzie.

Uwagę uwzględnia się w zakresie:

a) modyfikacji zapisów §11, §17 i §18 tak, aby nie wprowadzały możliwości błędnej interpretacji, że reklamy (w tym szyldy) muszą spełniać łącznie wskazane postanowienia.

b) w §20 ust 1, wprowadza się doprecyzowanie pojęcia przestrzeni publicznej, tj. ograniczenie jej zasięgu do przestrzeni dostępnej publicznie, czyli dróg publicznych, parków, skwerów i placów miejskich.

W pozostałym zakresie uwagi nie uwzględnia się.

Z up. BURMISTRZA

/ – /

mgr Paulina Kamińska

SEKRETARZ MIASTA