Uchwała nr XXVII/290/2026
Rady Miasta Zakopane
z dnia 28 maja 2026 r.

w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, na terenie Gminy Miasto Zakopane

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jedn. Dz. U. z 2026 r. poz. 538), Rada Miasta Zakopane uchwala, co następuje:

§ 1.

1. Ustala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Gminy Miasto Zakopane.

2. Uchwała ma na celu przede wszystkim: ochronę unikatowych walorów krajobrazowych Zakopanego, tradycji miejsca, cennych historycznie i kulturowo obiektów i układów urbanistycznych, podniesienie jakości życia w mieście, poszanowanie dobrego sąsiedztwa rozumiane jako przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej i terenów zielonych oraz przeciwdziałanie zawłaszczaniu przestrzeni publicznej – poprzez ograniczenie liczby i gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie Gminy Miasto Zakopane.

3. Granice obszaru objętego uchwałą obejmują teren Gminy Miasto Zakopane w jego granicach administracyjnych, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

4. Ustalenia uchwały obejmują: przepisy ogólne zawarte w dziale I, przepisy szczegółowe zawarte w dziale II, przepisy dostosowujące zawarte w dziale III i przepisy końcowe zawarte w dziale IV.

5. Integralną częścią uchwały jest rozstrzygnięcie Rady Miasta Zakopane o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Zakopane (załącznik nr 1 do uchwały), niestanowiące ustaleń uchwały.

DZIAŁ I.
Przepisy ogólne

§ 2.

1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:

1) **banerze –** należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z miękkich, wiotkich materiałów, takich jak tkanina, tekstylia, papier, folia, PCV lub inne miękkie tworzywo sztuczne;

2) **detalu architektonicznym** – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element architektoniczny elewacji lub ogrodzenia, niebędący oknem, wejściem, ani spoiwem elementów konstrukcyjnych, w szczególności: uskok, naczółek, profil, gzyms, filar, kolumnę, półkolumnę, pilaster, lizenę, blendę, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobną ciesiołkę lub stolarkę, wspornik, balkon, balustradę, poręcz, kratę, okiennicę, parapet, obramienie wokół otworu okiennego lub wejściowego, portal, belkowanie, fryz, ornament, boniowanie, płycinę, mozaikę, sztukaterię, a także miejsce zmiany materiału wykończeniowego;

3) **elewacji** – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku lub budowli, ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektonicznymi (w tym otworami okiennymi i wejściowymi, skrzydłami okien, drzwi, bram i krat, detalem architektonicznym, attyką), z wyłączeniem dachu; w przypadku obiektu z podcieniami – także podcienia z podporami, jak również zewnętrzne ściany w podcieniach, ze wszystkimi znajdującymi się na nich elementami architektonicznymi;

4) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć układ elementów nieposiadających własnego tła, tworzących łącznie powierzchnię ekspozycji reklamy:

a) tablicy reklamowej, w postaci płaskich liter lub grafik, w szczególności napisów, znaków, logo lub symboli, najczęściej naklejanych w witrynie, lub

b) urządzenia reklamowego, w postaci przestrzennych liter lub grafik (wypukłych lub wklęsłych), w szczególności napisów, znaków, logo lub symboli;

5) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one własną niezależną konstrukcję nośną, posadowioną bezpośrednio na gruncie lub terenie utwardzonym;

6) **formie zbiorczej** – należy przez to rozumieć jedną tablicę reklamową lub jedno urządzenie reklamowe, dla kilku podmiotów, obiektów lub terenów, albo zwartą kompozycję tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o ujednoliconych wymiarach i usytuowanych w równych odstępach od siebie na wspólnej płaszczyźnie, gdzie każdy element dotyczy innego podmiotu, obiektu lub terenu;

7) **funkcjonującej osobowej kolei linowej** – należy przez to rozumieć osobową kolej linową faktycznie eksploatowaną w terenie, zarejestrowaną i posiadającą ważną decyzję zezwalającą na eksploatację, wydaną przez odpowiedni organ dozoru technicznego;

8) **instytucji kultury** – należy przez to rozumieć państwowe lub samorządowe instytucje kultury, dla których prowadzenie działalności kulturalnej jest podstawowym celem statutowym, w rozumieniu ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (tekst. jedn. Dz. U. z 2026 r. poz. 457);

9) **jaskrawej kolorystyce** – należy przez to rozumieć kolorystykę zdecydowanie wyróżniającą się z otaczającej przestrzeni i powodującą efekt wyraźnie dominujący w odbiorze wizualnym, w szczególności fluorescencyjną, luminescencyjną, neonową, odblaskową lub refleksyjną;

10) **jednym ogrodzeniu** – należy przez to rozumieć całe ogrodzenie wokół nieruchomości;

11) **kierunkowskazie reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, wskazujące kierunek do obiektu lub terenu zlokalizowanego w granicach administracyjnych Gminy Miasto Zakopane i zawierające informacje o tym obiekcie lub terenie, w szczególności nazwę, logo, odległość, adres, numer telefonu, adres strony internetowej, hasztag lub piktogramy symbolizujące ofertę;

12) **ochronie konserwatorskiej** – należy przez to rozumieć: wpis do Rejestru Zabytków Nieruchomych Województwa Małopolskiego, wpis na Listę Skarbów Dziedzictwa, uznanie za pomnik historii, wpis do Gminnej Ewidencji Zabytków Miasta Zakopane lub objęcie strefą ochrony konserwatorskiej dla obiektów zabytkowych ustaloną w obowiązującym miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego;

13) **odległości** – należy przez to rozumieć długość linii prostej łączącej punkty, którymi są najbliższe sobie, skrajne elementy obiektów, między którymi mierzona jest ta odległość;

14) **ogrodzeniu pełnym** – należy przez to rozumieć mur pełny lub takie ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do linii ogrodzenia wynosi mniej niż 25% na każdy metr bieżący przęsła ogrodzenia, z wyłączeniem murów oporowych;

15) **ogródku gastronomicznym** – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do użytkowania dla celów gastronomicznych, wydzielone w przestrzeni zewnętrznej w celu zwiększenia liczby miejsc konsumenckich w lokalu gastronomicznym;

16) **osobowej kolei linowej** – należy przez to rozumieć osobowe koleje linowe, o których mowa w § 1 ust. 1 pkt 1 Rozporządzenia Ministra Transportu z dnia 1 czerwca 2006 r. w sprawie warunków technicznych dozoru technicznego w zakresie projektowania, wytwarzania, eksploatacji, naprawy i modernizacji urządzeń transportu linowego (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 1850);

17) **Parku Kulturowym Kotliny Zakopiańskiej** – należy przez to rozumieć park kulturowy pod nazwą „Park Kulturowy Kotliny Zakopiańskiej”, utworzony uchwałą Nr VII/78/2007 Rady Miasta Zakopane z dnia 1 marca 2007 r. (Dz. Urz. Województwa Małopolskiego z dnia 5 kwietnia 2007 r. Nr 245 poz. 1635 z późn. zm.) na obszarze, którego granice określono w załączniku nr 1 do tej uchwały;

18) **Parku Kulturowym obszaru ulicy Krupówki** – należy przez to rozumieć park kulturowy pod nazwą „Park Kulturowy obszaru ulicy Krupówki”, utworzony uchwałą Nr XII/183/2015 Rady Miasta Zakopane z dnia 3 września 2015 r. (Dz. Urz. Województwa Małopolskiego z dnia 15 września 2015 r. poz. 5377 z późn. zm.) na obszarze, którego granice określono w załączniku nr 1 do tej uchwały;

19) **parterze** – należy przez to rozumieć najniższą kondygnację nadziemną budynku, niebędącą suterenę;

20) **polu szyldowym** – należy przez to rozumieć strefę parteru powyżej górnych krawędzi witryn;

21) **powierzchni ekspozycji reklamy** – należy przez to rozumieć powierzchnię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego (stanowiących szyldy lub niestanowiących szyldów) wykorzystywaną do ekspozycji treści reklamowych;

22) **przepisach odrębnych** – należy przez to rozumieć inne obowiązujące przepisy prawa poza niniejszą uchwałą, w szczególności przepisy ustaw wraz z aktami wykonawczymi;

23) **reklamie okolicznościowej na terenie wydarzenia miejskiego** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z wydarzeniem miejskim, na terenie zajętym pod organizację danego wydarzenia, w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym;

24) **reklamie okolicznościowej promującej wydarzenie miejskie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z wydarzeniem miejskim, w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym, zawierające informacje o danym wydarzeniu, w szczególności nazwę, logo, datę wydarzenia, informację o organizatorze lub sponsorze, adres strony internetowej lub hasztag;

25) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane tymczasowo w związku z kampanią wyborczą w wyborach powszechnych i referendach uregulowanych w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (tekst jedn. Dz. U. z 2025 r. poz. 365 z późn. zm.), w formie nietrwale związanej z podłożem lub obiektem budowlanym, zawierające materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują;

26) **sezonie narciarskim** – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 15 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 15 kwietnia następnego roku kalendarzowego;

27) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, wolnostojące, nietrwale połączone z podłożem, przenośne, w szczególności w postaci powierzchni połączonych górną krawędzią i rozstawionych w kształcie litery „A” (tzw. „potykacza”), powierzchni rozstawionej na podporze (np. w kształcie odwróconej litery „T”), sztaludze, pulpicie, stelażu itp., a także powierzchni obnoszonej;

28) **strefie parteru** – należy przez to rozumieć dolną część elewacji, ograniczoną od góry wyobrażoną linią oddzielającą parter od wyższej kondygnacji, wyznaczoną przez dolną krawędź elementu architektonicznego (w tym detalu architektonicznego) oddzielającego wizualnie kondygnacje, a w przypadku braku takiego elementu – dolną krawędź najniższej położonego elementu architektonicznego wyższej kondygnacji (jak otwór okienny lub wejściowy, płyta balkonowa), z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów; w przypadku obiektów nieposiadających na elewacji żadnych elementów wyróżniających kolejne kondygnacje – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź kondygnacji parteru; w przypadku obiektów parterowych – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź elewacji;

29) **terenie dostępnym publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku, pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego;

30) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć bankomat, wpłatomat, parkomat, biletomat, infokiosk, automat sprzedający, automat przechowujący przesyłki, punkt ładowania pojazdów elektrycznych, hybrydowych i autobusów zeroemisyjnych, dystrybutor paliw lub stację dostarczającą usługi transportowe (rowery, hulajnogi i urządzenia transportu osobistego);

31) **winderze** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, nietrwale połączone z podłożem, przenośne, w postaci powierzchni wykonanej z miękkich, wiotkich materiałów, zamocowanej dłuższą krawędzią na pionowym, najczęściej wygiętym w górnej części, maszcie lub stelażu;

32) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe w strefie parteru, służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług lokalu, w którym prowadzona jest działalność, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia a równoległą do niej wyobrażoną płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeży, a także drzwi do takiego lokalu;

33) **wyciągu** lub **przenośniku** – należy przez to rozumieć wyciąg do przemieszczania osób w celach turystyczno-sportowych lub przenośnik o ruchu ciągłym do przemieszczania osób ze sprzętem narciarskim lub turystycznym, o których mowa w § 1 ust. 1 pkt 3 i 4 cyt. Rozporządzenia Ministra Transportu z dnia 1 czerwca 2006 r. w sprawie warunków technicznych dozoru technicznego w zakresie projektowania, wytwarzania, eksploatacji, naprawy i modernizacji urządzeń transportu linowego;

34) **wydarzeniu miejskim** – należy przez to rozumieć posiadające datę rozpoczęcia i zakończenia przedsięwzięcie sportowe, artystyczno-rozrywkowe, kulturalne lub społeczne, a także imprezę masową w rozumieniu ustawy z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 616), odbywające się w granicach administracyjnych Gminy Miasto Zakopane, na: terenie dostępnym publicznie, terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego, zorganizowanym terenie narciarskim, terenie znaczącego obiektu sportowego lub terenie instytucji kultury;

35) **wysokości elewacji** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy elewacji mierzony w osi pionowej szyldu, od poziomu terenu do poziomu górnej krawędzi elewacji;

36) **wysokości obiektu małej architektury** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy obiektu małej architektury, mierzony od najniższego poziomu terenu, na którym usytuowany jest ten obiekt, do poziomu najwyższego punktu tego obiektu;

37) **wysokości ogrodzenia** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy ogrodzenia, mierzony od poziomu terenu w danym miejscu ogrodzenia do poziomu najwyższego punktu ogrodzenia w tym miejscu;

38) **wysokości wolnostojącej tablicy reklamowej** lub **wysokości wolnostojącego urządzenia reklamowego** – należy przez to rozumieć całkowity wymiar pionowy wolnostojącej tablicy reklamowej lub wolnostojącego urządzenia reklamowego, mierzony od najniższego poziomu terenu, na którym usytuowana jest ta tablica lub usytuowane jest to urządzenie, do poziomu najwyżej położonego punktu tej tablicy lub tego urządzenia;

39) **znaczącym obiekcie sportowym** – należy przez to rozumieć: stadion o pojemności min. 250 widzów, halę sportową o powierzchni min. 500 m^2, salę gimnastyczną o powierzchni min. 400 m^2, basen pływacki o długości min. 25 m, kort tenisowy o powierzchni min. 200 m^2, skocznię narciarską o rozmiarze (HS) min. 50 m, lodowisko o długości tafli min. 60 m, tor łyżwiarski owalny o obwodzie min. 400 m lub ścianę wspinaczkową o powierzchni ściany min. 250 m^2;

40) **zorganizowanym terenie narciarskim** – należy przez to rozumieć zorganizowany teren narciarski, o którym mowa w art. 2 ustawy z dnia 18 sierpnia 2011 r. o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 1154 z późn. zm.).

2. Pozostałe pojęcia użyte w uchwale należy rozumieć zgodnie z obowiązującymi przepisami odrębnymi, w szczególności ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym („reklama", „tablica reklamowa", „urządzenie reklamowe", „szyld"), ustawą Prawo budowlane, rozporządzeniem w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie, lub powszechnie przyjętymi normami i definicjami.

§ 3.

1. W odniesieniu do gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustala się następujące zasady:

1) gabaryty obowiązują łącznie, tj. konieczne jest zachowanie każdego z nich, w zakresie podanych wartości maksymalnych;

2) szerokość, wysokość i grubość (głębokość) tablicy lub urządzenia podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycji reklamy, gdzie szerokość jest wymiarem poziomym mierzonym równolegle do płaszczyzny ekspozycyjnej, wysokość jest wymiarem pionowym, a grubość (głębokość) jest wymiarem poziomym mierzonym prostopadle do płaszczyzny ekspozycyjnej;

3) powierzchnia ekspozycji reklamy jest wyznaczona przez rzut jej skrajnych elementów na płaszczyznę, a w następujących niestandardowych przypadkach liczona jest jako:

a) powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach tablicy lub urządzenia – dla tablicy lub urządzenia w formie ażurowej, albo których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,

b) powierzchnia boczna prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach urządzenia – w przypadku większej niż dwie liczby powierzchni ekspozycji reklamy.

4) w przypadku, gdy nie określono możliwości sytuowania tablic i urządzeń dwustronnych lub wielostronnych, oznacza to, że dopuszczone są wyłącznie jednostronne.

2. W odniesieniu do liczby tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustala się następujące zasady:

1) obowiązuje łącznie, tj. dotyczy łącznej liczby tablic i urządzeń na danym elemencie architektonicznym, elewacji, obiekcie, urządzeniu lub terenie, chyba, że w tekście uchwały określono inaczej;

2) tablica lub urządzenie liczone są jako jeden również w przypadku sytuowania jako elementu w ramach formy zbiorczej, a także wszystkich elementów danego napisu lub nazwy w formie ażurowej.

DZIAŁ II.
Przepisy szczegółowe
Rozdział 1.
TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE
Oddział 1.
Przepisy dotyczące wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,tj. stanowiących szyldy i niestanowiących szyldów

§ 4.

Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale.

§ 5.

1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych:

1) ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach) na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni każdej witryny;

2) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego;

3) nakazuje się sytuowanie w sposób niezasłaniający:

a) otworów okiennych i wejściowych, z wyłączeniem tablic i urządzeń dopuszczonych w witrynach,

b) detalu architektonicznego, z wyłączeniem szyldów w formie ażurowej na boniowaniu,

c) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia,

d) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków),

e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;

4) nakazuje się zachowanie odległości od:

a) krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. 10 cm,

b) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 5 m,

c) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – min. 1 m;

5) dla sytuowanych płasko – nakazuje się nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane, tzn. skrajne elementy tablicy lub urządzenia nie mogą wykraczać poza element obiektu lub urządzenia, na którym są sytuowane;

6) dla sytuowanych płasko na ścianie – dopuszcza się dystansowanie tylnej powierzchni tablicy lub urządzenia od zewnętrznej powierzchni ściany na maks. 10 cm.

2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w formie wolnostojącej, nakazuje się:

1) zachowanie odległości od:

a) obiektów budowlanych oraz urządzeń budowlanych i technicznych – min. 2 m,

b) brzegów cieków wodnych – min. 5 m,

c) pomników i innych obiektów lub nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 10 m,

d) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) w formie wolnostojącej – min. 5 m,

e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej – min. 50 m;

2) sytuowanie w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich;

3) sytuowanie w sposób niepogarszający wegetacji drzew i krzewów;

4) sytuowanie w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram.

3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) przecinających oś podłużną drogi (publicznej, wewnętrznej, rowerowej, pieszo-rowerowej) lub ciągu komunikacyjnego (pieszo-jezdnego, pieszego, szlaku turystycznego);

2) na pojazdach samochodowych, przyczepach, naczepach, lawetach, kolejkach turystycznych, rowerach i wózkach rowerowych, z wyjątkiem tablic reklamowych namalowanych lub naklejonych na fabrycznych konstrukcjach pojazdów samochodowych zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych, stanowiących integralny element oznakowania pojazdu, nieoświetlonych od wewnątrz lub zewnątrz, do których nie stosuje się przepisów oddziału II i oddziału III;

3) unoszonych w powietrzu lub eksponowanych nad poziomem terenu, w szczególności za pomocą balonów, sterowców, obiektów pneumatycznych, dronów lub innych urządzeń latających lub unoszących się, niezależnie od sposobu ich zamocowania lub sterowania, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich.

4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w następujących formach:

1) banerów, z wyjątkiem: tablic reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, reklam okolicznościowych i reklam wyborczych;

2) stojaków reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;

3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;

4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem:

a) rozkładów jazdy,

b) cenników,

c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych,

d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej – napowietrznej wagonowej lub linowo-terenowej wagonowej,

e) maks. dwóch urządzeń reklamowych stanowiących reklamy okolicznościowe na terenie wydarzeń miejskich, na terenie zajętym pod organizację danego wydarzenia miejskiego.

Oddział 2.
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, stanowiące szyldy

§ 6.

1. Dopuszcza się sytuowanie łącznie maks. dwóch szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości.

2. Do limitu ilościowego szyldów, o którym mowa w ust. 1, nie wlicza się szyldów: na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, o których mowa w § 7 ust. 7, na urządzeniach automatycznych, o których mowa w § 7 ust. 8, a także na wyposażeniu ogródków gastronomicznych, o których mowa w § 7 ust. 9.

3. Dla szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się:

1) dla sytuowanych w polu szyldowym – sytuowanie w ramach poziomego rzędu, z wyrównaniem do jednej wyobrażonej poziomej linii prostej;

2) dla sytuowanych w witrynach – sytuowanie w górnej części witryny;

3) dla sytuowanych na obiektach objętych ochroną konserwatorską i nieruchomościach zabudowanych takim obiektem – dopasowanie do architektury i charakteru obiektu oraz wkomponowanie w jego bryłę, w szczególności poprzez stosowanie odpowiednich standardów jakościowych, materiałów budowlanych, formy ażurowej.

4. Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie szyldów wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.

§ 7.

1. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji**:

1) płasko na ścianach w polu szyldowym:

a) gabaryty:

- szerokość maks. 2 m,
- wysokość maks. 1/6 wysokości elewacji w strefie parteru, jednak nie więcej niż 1 m,
- grubość (głębokość) maks. 20 cm,
- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2,

b) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej:

- szerokość maks. 4 m,
- wysokość maks. 1 m,
- grubość (głębokość) maks. 10 cm,
- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2;

2) płasko w witrynach, o gabarytach:

a) szerokość maks. 4 m,

b) wysokość maks. 1 m,

c) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2;

3) płasko na lambrekinach markiz stanowiących zadaszenie witryn – w przypadku niesytuowania szyldów w witrynach, które te markizy zadaszają – o gabarytach:

a) szerokość maks. 3 m,

b) wysokość maks. 0,5 m,

c) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1,5 m^2;

4) płasko na ścianach poza polem szyldowym:

a) na jednym budynku maks. dwa szyldy tego rodzaju,

b) skrajne elementy szyldu na wysokości maks. 4 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 2 m,

- wysokość maks. 2 m,

- grubość (głębokość) maks. 10 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 2 m^2;

d) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na fragmentach ścian bez otworów okiennych i wejściowych o szerokości min. 10 m, na budynkach użyteczności publicznej:

- szerokość maks. 4 m,

- wysokość maks. 2 m,

- grubość (głębokość) maks. 10 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 4 m^2;

5) podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną:

a) skrajne elementy szyldu:

- na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,

b) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,

- wysokość maks. 0,5 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 1,5 m^2.

2. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach w strefie parteru, prostopadle do elewacji**:

1) na ścianach w polu szyldowym:

a) jednostronne lub dwustronne,

b) skrajne elementy szyldu:

- na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- na wysokości maks. 4 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- w odległości maks. 1,2 m od elewacji,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 1,2 m,

- wysokość maks. 0,5 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,6 m^2 po każdej stronie;

2) podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną:

a) jednostronne lub dwustronne,

b) skrajne elementy szyldu:

- na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony,

- wysokość maks. 0,5 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 1,5 m^2 po każdej stronie.

3. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji**:

1) płasko na ścianach budynków użyteczności publicznej:

a) na jednym budynku maks. dwa szyldy tego rodzaju,

b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju,

c) forma ażurowa,

d) gabaryty:

- szerokość maks. 10 m,

- wysokość maks. 10 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 5 m^2, z wyjątkiem elewacji o wysokości powyżej 12 m, dla których maks. 10 m^2;

2) płasko w przeszkleniach o powierzchni min. 4 m^2 budynków usługowych:

a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla każdego lokalu posiadającego takie przeszklenie,

b) forma ażurowa,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 2 m,

- wysokość maks. 2 m,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2.

4. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach powyżej strefy parteru, prostopadle do elewacji**: na ścianach budynków użyteczności publicznej – w przypadku niesytuowania innych szyldów powyżej strefy parteru danego budynku:

1) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju,

2) jednostronny lub dwustronny,

3) skrajne elementy szyldu:

a) na wysokości min. 3 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

b) na wysokości maks. 10 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

c) w odległości maks. 1 m od elewacji,

4) gabaryty:

a) szerokość maks. 1 m, jednak nie więcej niż 1/2 wysokości szyldu,

b) wysokość maks. 2,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 30 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2,5 m^2 po każdej stronie.

5. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych**:

1) na jednym obiekcie maks. jeden szyld;

2) płasko na obiekcie;

3) skrajne elementy szyldu na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem;

4) zakaz sytuowania szyldów na dachach i zadaszeniach, z wyjątkiem szyldów na lambrekinach markiz i parasoli oraz na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów;

5) dopuszczenie podwieszenia szyldu pod krawędzią dachu lub zadaszenia, równolegle do obiektu, przy zachowaniu jego skrajnych elementów na wysokości min. 2,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem oraz w odległości maksymalnej od konstrukcji obiektu nieprzekraczającej odległości krawędzi dachu lub zadaszenia;

6) gabaryty:

a) szerokość maks. 2 m,

b) wysokość maks. 2 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1 m^2.

7) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw, sytuowanych na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów lub podwieszonych pod krawędzią dachu lub zadaszenia:

a) szerokość maks. 3 m,

b) wysokość maks. 1 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2.

6. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na ogrodzeniach** – przy ograniczeniu ich liczby do maks. jednego szyldu na jednym ogrodzeniu:

1) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, przy wejściu na nieruchomość:

a) gabaryty:

- szerokość maks. 2 m,

- wysokość maks. 1,5 m,

- grubość (głębokość) maks. 10 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2,

b) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na ogrodzeniach budynków użyteczności publicznej oraz na ogrodzeniach znaczących obiektów sportowych:

- szerokość maks. 3 m,

- wysokość maks. 1 m,

- grubość (głębokość) maks. 10 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2;

2) podwieszonych pod górną częścią bramy lub furtki:

a) forma ażurowa,

b) skrajne elementy szyldu:

- na wysokości min. 2,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

- na wysokości maks. 5,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m,

- wysokość maks. 0,5 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 1,5 m^2.

7. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych**:

1) płasko na pojeździe;

2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. 2 m^2 na wagonie.

8. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na urządzeniach automatycznych**:

1) płasko na urządzeniu;

2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2.

9. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na wyposażeniu ogródków gastronomicznych**:

1) płasko na lambrekinach ich zadaszeń, parasoli: łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym lambrekinie: maks. 0,1 m^2;

2) płasko na elementach ich wyposażenia w postaci kontuaru, stołów, ław i krzeseł: łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym elemencie ww. wyposażenia: maks. 0,2 m^2.

10. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **w formie wolnostojącej**:

1) na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw lub restauracja o powierzchni użytkowej min. 250 m^2 umożliwiająca zakup bezpośrednio z samochodu, lub budynek użyteczności publicznej pełniący funkcję handlową o powierzchni sprzedaży min. 1000 m^2:

a) na jednej nieruchomości maks. jeden szyld tego rodzaju;

b) jednostronny lub wielostronny,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m,

- wysokość maks. 5 m, z wyjątkiem szyldów o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 1 m^2 po jednej stronie i 2 m^2 łącznie, dla których maks. 8 m,

- grubość (głębokość) maks. 0,5 m, z wyjątkiem szyldów o wysokości nieprzekraczającej 3 m, dla których maks. 1,5 m,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 5 m^2 po każdej stronie i maks. 10 m^2 łącznie;

2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych:

a) na jednej nieruchomości maks. jeden szyld tego rodzaju;

b) jednostronny lub wielostronny,

c) gabaryty:

- szerokość maks. 3 m,

- wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,

- grubość (głębokość) maks. 1,5 m,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 6 m^2 łącznie.

Oddział 3.
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów

§ 8.

1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów:

1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich;

2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych oraz reklam wyborczych;

3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich.

2. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów:

1) nakazuje się wykonywanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;

2) nakazuje się wykonywanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), kompozyt, beton (w tym beton architektoniczny), ceramika, tworzywo sztuczne oraz papier i jego pochodne (dla powierzchni ekspozycji reklamy);

3) dla elementów konstrukcyjnych i zamocowań tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszcza się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu lub ciemnej zieleni;

4) dla elementów konstrukcyjnych i zamocowań tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki.

3. Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie kierunkowskazów reklamowych, wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.

§ 9.

1. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**:

1) na ścianach wiat przystankowych publicznego transportu zbiorowego:

a) płasko na ścianie wiaty przystankowej,

b) gabaryty:

- szerokość maks. 2 m,

- wysokość maks. 2 m,

- grubość (głębokość) maks. 20 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2,

c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej wiacie przystankowej: maks. 4 m^2;

2) na tymczasowych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego:

a) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia,

b) gabaryty:

- szerokość maks. 4 m,

- wysokość maks. 1 m,

- grubość (głębokość) maks. 5 cm,

- powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2,

c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na wszystkich ogrodzeniach na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 4 m^2;

3) na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych:

a) płasko na pojeździe,

b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. 2 m^2 na wagonie;

4) na urządzeniach automatycznych:

a) płasko na urządzeniu,

b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2.

2. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na wyposażeniu ogródków gastronomicznych**:

1) płasko na lambrekinach ich zadaszeń, parasoli: łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym lambrekinie: maks. 0,1 m^2;

2) płasko na elementach ich wyposażenia w postaci kontuaru, stołów, ław i krzeseł: łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym elemencie ww. wyposażenia: maks. 0,2 m^2.

3. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **w formie wolnostojącej**: na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego:

1) jednostronne lub wielostronne;

2) gabaryty:

a) szerokość maks. 3 m,

b) wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 6 m^2 łącznie;

3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej nieruchomości lub na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 12 m^2.

4. Dopuszcza się sytuowanie następujących **kierunkowskazów reklamowych** – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch kierunkowskazów dla jednego obiektu lub terenu:

1) płasko na ścianie w strefie parteru, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1,2 m,

b) wysokość:

- maks. 0,5 m,

- dla formy zbiorczej maks. 2 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy:

- maks. 0,6 m^2,

- dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym budynku:

- maks. 0,6 m^2,

- dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2;

2) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1,2 m,

b) wysokość:

- maks. 0,5 m,

- dla formy zbiorczej maks. 1,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy:

- maks. 0,6 m^2,

- dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym ogrodzeniu:

- maks. 0,6 m^2,

- dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2;

3) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1,2 m,

b) wysokość:

- maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,5 m,

- dla formy zbiorczej maks. 3 m,

c) grubość (głębokość) maks. 20 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy:

- maks. 0,6 m^2 po każdej stronie,

- dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 po każdej stronie, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu po każdej stronie,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej na jednej nieruchomości:

- maks. 0,6 m^2 dla jednostronnych i maks. 1,2 m^2 dla dwustronnych,

- dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 dla jednostronnych i maks. 6 m^2 dla dwustronnych.

5. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 14 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 60 dni w ciągu roku kalendarzowego:

1) płasko w witrynie, o gabarytach:

a) szerokość maks. 2 m,

b) wysokość maks. 2 m,

c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich reklam okolicznościowych w jednej witrynie: 2 m^2;

2) na słupach oświetlenia – przy zachowaniu skrajnych elementów tablicy lub urządzenia na wysokości maks. 8 m od poziomu terenu pionowo pod tą tablicą lub pod tym urządzeniem, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1 m,

b) wysokość maks. 1,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1,5 m^2 po każdej stronie;

3) w formie wolnostojącej – na terenach zabudowy i terenach komunikacji ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, jednostronnych lub wielostronnych, o gabarytach:

a) szerokość maks. 3 m,

b) wysokość maks. 2,5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 10 m^2 łącznie.

6. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 4 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 60 dni w ciągu roku kalendarzowego:

1) płasko w witrynie, o gabarytach:

a) szerokość maks. 2 m,

b) wysokość maks. 2 m,

c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy: 2 m^2,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich reklam okolicznościowych w jednej witrynie: 2 m^2;

2) płasko na tymczasowych obiektach budowlanych i obiektach nieposiadających elewacji, w tym stoiskach wystawienniczych, wzniesionych na potrzeby wydarzenia, o gabarytach:

a) szerokość maks. 2 m,

b) wysokość maks. 2 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy: 2 m^2,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich reklam okolicznościowych na jednym obiekcie: 2 m^2;

3) płasko na tymczasowym ogrodzeniu wydarzenia, o gabarytach:

a) szerokość maks. 3 m,

b) wysokość maks. 1,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 5 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich reklam okolicznościowych na jednym ogrodzeniu: 6 m^2;

4) płasko na konstrukcji sceny wzniesionej na potrzeby wydarzenia, o gabarytach:

a) szerokość maks. 5 m,

b) wysokość maks. 2,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 30 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy: 10 m^2,

e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich reklam okolicznościowych na konstrukcji sceny: 20 m^2;

5) na słupach oświetlenia – przy zachowaniu skrajnych elementów tablicy lub urządzenia na wysokości maks. 8 m od poziomu terenu pionowo pod tą tablicą lub pod tym urządzeniem, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1 m,

b) wysokość maks. 1,5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 10 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1,5 m^2 po każdej stronie;

6) w formie naklejanej lub malowanej na podłożu, o gabarytach:

a) szerokość maks. 1 m,

b) wysokość maks. 1 m,

c) grubość (głębokość) maks. 0,1 cm,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m^2;

7) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub wielostronnych, o gabarytach:

a) szerokość maks. 5 m,

b) wysokość maks. 5 m,

c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m,

d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 10 m^2 po każdej stronie i maks. 20 m^2 łącznie.

7. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam wyborczych** – na czas nie dłuższy niż od dnia rozpoczęcia agitacji wyborczej do 30 dni po dniu wyborów: na miejskich tablicach i urządzeniach plakatowo-afiszowych i informacyjnych.

Rozdział 2.
OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY

§ 10.

Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale.

§ 11.

Dopuszcza się następującą wysokość obiektów małej architektury:

1) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – maks. 6 m;

2) pozostałych – maks. 4 m.

§ 12.

1. Nakazuje się sytuowanie obiektów małej architektury w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich.

2. Nakazuje się sytuowanie obiektów małej architektury w sposób niepogarszający wegetacji drzew i krzewów.

3. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane obiekty małej architektury:

1) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;

2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika;

3) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu i ciemnej zieleni;

4) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki;

5) dla obiektów małej architektury określonych w § 11 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3.

4. Dopuszcza się oświetlenie obiektów małej architektury wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.

Rozdział 3.
OGRODZENIA

§ 13.

Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale.

§ 14.

1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia następujących terenów:

1) terenów zabudowy: mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej i techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów), ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego;

2) nieruchomości zabudowanych budynkiem: mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, składowym lub magazynowym, zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego;

3) składowisk odpadów komunalnych;

4) oczyszczalni ścieków komunalnych;

5) cmentarzy komunalnych i wyznaniowych;

6) rodzinnych ogrodów działkowych, w rozumieniu ustawy z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych (tekst jedn. Dz. U. z 2021 r. poz. 1073);

7) znaczących obiektów sportowych;

8) zlokalizowanych na terenach dostępnych publicznie: placów zabaw, ogródków jordanowskich, siłowni plenerowych i wybiegów dla psów.

2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb:

1) grodzenia terenów robót budowlanych – na czas wykonywania robót budowlanych;

2) koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego;

3) grodzenia upraw leśnych na terenach lasów publicznych;

4) organizacji i bezpieczeństwa ruchu turystycznego i narciarskiego oraz ochrony przed dzikimi zwierzętami – na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego;

5) grodzenia terenów targowisk – na czas trwania targowiska oraz dodatkowo do 2 dni przed jego rozpoczęciem i do 2 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 7 dni łącznie;

6) organizacji wydarzeń miejskich – na czas trwania wydarzenia oraz dodatkowo do 3 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 14 dni łącznie;

7) organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich – w trakcie sezonu narciarskiego lub w okresie funkcjonowania wyciągu lub przenośnika na danym terenie;

8) organizacji ogródków gastronomicznych – w trakcie sezonu letniego.

3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń:

1) określonych w ust. 1 pkt 7 stanowiących piłkochwyty – maks. 6 m;

2) określonych w ust. 1 pkt 1 dla terenów zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, w ust. 1 pkt 2 dla budynków mieszkalnych wielorodzinnych oraz w ust. 2 pkt 2, 5 i 7 – maks. 1,2 m;

3) określonych w ust. 2 pkt 8 – maks. 0,9 m;

4) pozostałych – maks. 2,2 m.

4. Dopuszcza się większą wysokość dla zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie, jednak maks. 5 m dla bram i maks. 3,5 m dla furtek i śmietników.

5. Dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) ogrodzeń od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 0,5 m.

6. Dla ogrodzeń terenów o nachyleniu powyżej 10% mierzonym w linii ogrodzenia, dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 1,0 m w najniższym punkcie terenu i maks. 0,5 m w najwyższym punkcie terenu, na którym usytuowane jest ogrodzenie.

§ 15.

1. Nakazuje się sytuowanie ogrodzeń w sposób zapewniający zachowanie ciągłości i bezpieczeństwa terenów komunikacji, szlaków turystycznych oraz zorganizowanych terenów narciarskich.

2. Zakazuje się sytuowania dopuszczonych uchwałą ogrodzeń jako ogrodzeń pełnych, z wyjątkiem: ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 1 i 6 oraz ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej.

3. Dopuszcza się kształtowanie dopuszczonych uchwałą ogrodzeń w postaci żywopłotów lub uzupełnianie ogrodzeń zielenią, w postaci żywopłotów, pnączy lub krzewów, w gatunkach rodzimych dla Tatr i Podhala.

4. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia:

1) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne;

2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu;

3) dopuszcza się stosowanie betonu (z wyjątkiem prefabrykowanych betonowych i żelbetonowych przęseł i ich elementów) lub cegły – wyłącznie do wykonywania murków fundamentowych (cokołów) i słupów między przęsłowych;

4) dopuszcza się stosowanie prefabrykowanych betonowych i żelbetonowych przęseł i ich elementów oraz blach fałdowych, w tym falistych i trapezowych – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 1;

5) dopuszcza się stosowanie blachy płaskiej – wyłącznie dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie;

6) dopuszcza się stosowanie tworzyw sztucznych – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 4, 6 i 7;

7) dopuszcza się stosowanie fladr – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 1-7;

8) dopuszcza się stosowanie tzw. pastuchów elektrycznych, w postaci taśmy, plecionki lub drutu – wyłącznie dla ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 2 oraz w § 14 ust. 2 pkt 4 w zakresie ochrony przed dzikimi zwierzętami;

9) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowania kolorystyki w odcieniach czerni, grafitu, szarości i ciemnego brązu;

10) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki;

11) dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr, dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki.

5. Dopuszcza się oświetlenie ogrodzeń wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej.

§ 16.

Przepisów niniejszego rozdziału nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi, tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych.

DZIAŁ III.
Przepisy dostosowujące

§ 17.

Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem:

1) obiektów małej architektury:

a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych,

b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,

c) objętych ochroną konserwatorską,

d) kultu religijnego,

e) posągów, fontann, wodotrysków,

f) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych

– które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale;

2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych – dla których termin dostosowania wynosi 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały;

3) ogrodzeń:

a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych,

b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,

c) objętych ochroną konserwatorską

– dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.

§ 18.

1. Warunkiem dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą – jest spełnienie wymogów ustalonych przepisami uchwały, poprzez:

1) usunięcie elementów niezgodnych z przepisami uchwały;

2) zmianę usytuowania na zgodne z przepisami uchwały;

3) zmianę formy, gabarytów, standardów jakościowych, rodzaju materiałów budowlanych, natężenia lub koloru światła użytego do oświetlenia – na zgodne z przepisami uchwały.

2. Ustala się następujące szczegółowe warunki dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą:

1) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały dotyczy wzajemnych relacji między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi – pierwszeństwa dostosowania do przepisów uchwały wymagają tablice reklamowe i urządzenia reklamowe według następującej kolejności:

a) niespełniające innych zasad i warunków określonych przepisami uchwały,

b) niestanowiące szyldów,

c) niestanowiące kierunkowskazów reklamowych,

d) o większej powierzchni ekspozycji reklamy,

e) o większych pozostałych gabarytach, w kolejności: wysokość, grubość (głębokość), szerokość, wysokość powierzchni ekspozycji reklamy;

2) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały wynika z pojawienia się w przestrzeni, po wejściu w życie uchwały, nowego elementu, od którego przepisy uchwały nakazują zachowanie odległości minimalnej, w postaci: obiektu budowlanego, urządzenia budowlanego lub technicznego, pomnika lub innego obiektu lub nośnika (w tym tablicy) trwale upamiętniającego osobę, instytucję lub wydarzenie, nośnika Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej, nośnika systemu informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego, lub innego nośnika informacyjnego (w tym tablicy lub znaku) usytuowanego na podstawie przepisów odrębnych – w odległości mniejszej niż dopuszczalna – termin dostosowania wynosi 12 miesięcy od dnia oddaniu do użytkowania tego nowego elementu;

3) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych objętych ochroną konserwatorską lub tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie ażurowej o udokumentowanym istnieniu przed 1989 r. – obowiązek dostosowania nie występuje.

3. W przypadku, gdy zgodnie z przepisami uchwały dopuszczalne byłoby usytuowanie w tym samym miejscu różnych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, to uznaje się wcześniejsze usytuowanie danej tablicy reklamowej lub danego urządzenia reklamowego za zgodne z przepisami uchwały, o ile zostały spełnione inne wymogi, określone przepisami odrębnymi.

4. W przypadku obowiązku usunięcia elementu niezgodnego z przepisami uchwały – nakazuje się również usunięcie wszelkich elementów konstrukcyjnych i zamocowań oraz doprowadzenie powierzchni do stanu spójnego z otoczeniem, m.in. poprzez usunięcie śladów konstrukcji i zamocowań.

DZIAŁ IV.
Przepisy końcowe

§ 19.

Uchwała wchodzi w życie po upływie 30 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Małopolskiego.

Przewodniczący Rady

Grzegorz Jóźkiewicz

Rozstrzygnięcie Rady Miasta Zakopane o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, na terenie Gminy Miasto Zakopane

Na podstawie art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r. poz. 977), w związku z art. 66 ust. 2 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z dnia 24 sierpnia 2023 r. poz. 1688), Rada Miasta Zakopane rozstrzyga o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Zakopane do projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, na terenie Gminy Miasto Zakopane, sporządzanej w związku z uchwałą Nr XIV/222/2015 Rady Miasta Zakopane z dnia 29 października 2015 r., zgodnie z poniższą tabelą.

Ilekroć dalej jest mowa o:
- **projekcie uchwały** – należy przez to rozumieć projekt uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, na terenie Gminy Miasto Zakopane,
- **ustawie o p.i.z.p.** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym,
- **t.r.i.u.r.** – należy przez to rozumieć tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w rozumieniu ustawy o p.i.z.p.

Lp.	Data wpływu uwagi	Nazwisko i imię, nazwa jednostki organizacyjnej i adres zgłaszającego uwagi	Treść uwagi (pełna treść uwag znajduje się w dokumentacji)	Oznaczenie nieruchomości, której dotyczy uwaga	Rozstrzygnięcie Rady Miasta Zakopane o sposobie rozpatrzenia uwagi	Uwagi (uzasadnienie, informacje i wyjaśnienia dotyczące rozpatrzenia uwag)
1	2	3	4	5	6	7
						Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy o p.i.z.p. rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. oraz ogrodzeń (...). Na podstawie art. 37a ust. 3 ustawy o p.i.z.p. rada gminy może ustalić zakaz sytuowania ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. (z wyłączeniem szyldów). Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień

						związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r.
UWAGI ZGŁOSZONE DO PROJEKTU UCHWAŁY WYŁOŻONEGO PO RAZ PIERWSZY DO PUBLICZNEGO WGLĄDU (wyłożenie w dniach od 14 grudnia 2020 r. do 1 lutego 2021 r., wnoszenie uwag do dnia 15 lutego 2021 r.						
1.	05.01.2021.	[*]	*Działając w imieniu McDonald's Polska Sp. z o.o.* (...) *wnoszę o uwzględnienie poniższych uwag w zakresie istniejących na terenie Gminy Miasto Zakopane (ul. Krupówki 26, ul. Ustup 1b) restauracji McDonald's:* *Powszechnie stosujemy następujące kategorie znaków:* *(1) Znaki na elewacji/dachu budynku:* *a) 2 x znak świetlny „M" o powierzchni reklamowej 0,92 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 1,84 m^2);* *b) 3 x znak świetlny napis „McDonald's" o powierzchni reklamowej 3,27 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 9,81 m^2);* *c) 2 x napis „McCafé" o powierzchni reklamowej 1,50 m^2 każdy (łączna powierzchnia reklamowa 3,0 m^2).* *Wymienione powyżej znaki co do zasady pełnią funkcję szyldów.* *(2) Znaki reklamowe na terenie nieruchomości poza budynkiem:* *a) 1 x pylon reklamowy o wysokości od 5 m do 55 m, z dwustronnymi znakami o łącznej powierzchni reklamowej 86,8 m^2 - 96,8 m^2, składającymi się z:* *– 1 x dwustronny znak „M" o łącznej powierzchni 38,8 m^2,* *– 1 x dwustronna tablica z napisem „McDonald's" o łącznej powierzchni 26,4 m^2,* *– 1 x dwustronna tablica z napisem „McCafé" o łącznej powierzchni 21,6 m^2,* *– opcjonalnie: 1 x dwustronna tablica ze znakiem „24H" (łączna powierzchnia 10 m^2);* *b) 3 x maszt flagowy o wysokości 10 m^2 i dwustronna flaga każda o łącznej powierzchni reklamowej 6 m^2 (łącznie 18 m^2).* *Co do zasady pylony i maszty ustawiane są przy restauracjach, w których możliwa jest obsługa klientów zmotoryzowanych. Stanowią informację o znajdującej się przy nich restauracji dla*	Ul. Krupówki 26 i ul. Ustup 1b (restauracje McDonald's).	**Uwaga nr 1 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Część znaków wymienionych w uwadze może być możliwa do realizacji, m.in. w zależności od tego, czy będą stanowiły szyld. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznej ich liczby i gabarytów (w tym wysokości), byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Powyższe nie ma związku ani wpływu na bezpieczne poruszanie się klientów w obrębie nieruchomości. Zasady dotyczące zachowania bezpieczeństwa uczestników ruchu drogowego są regulowane przez przepisy odrębne. Ze względu na funkcję, specyfikę i charakter terenów restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu (kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu) zostały dla nich dopuszczone większe gabaryty szyldów w formie wolnostojącej. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji

			osób znajdujących się w jej okolicy. Podane powyżej wymiary pylonu reklamowego w zależności od lokalizacji, jej potrzeb i naturalnych ograniczeń mogą być mniejsze. *(3) Uwzględnienie znaków na tzw. linii drive'a na nieruchomości poza budynkiem:* *a) 1 x pre-sell board o powierzchni reklamowej 3,88 m², przedstawiający skróconą wersję oferty produktowej McDonald's;* *b) 1 x drive thru canopy o powierzchni reklamowej 2,8 m²; stanowi też miejsce przyjmowania zamówień od kierowców; zawiera daszek chroniący urządzenie;* *c) 1 x menuboard 3-panelowy totem o powierzchni reklamowej 4,32 m², przedstawiający całą ofertę produktową dostępną w restauracji McDonald';* *d) 1 x hero board o powierzchni reklamowej 8,12 m², informujący kierowców o aktualnie obowiązującej ofercie promocyjnej;* *e) 1 x menuboard cenowy (cennik) o powierzchni reklamowej 2,1 m²;* *f) 1 x dwustronna bramka wysokościowa o łącznej powierzchni reklamowej 6,50 m²;* *Powyższe znaki mają na celu umożliwienie klientom zmotoryzowanym zapoznanie się z ofertą produktową, w tym promocyjną restauracji, złożenie zamówienia oraz bezpieczne poruszanie się na tzw. linii drive'a. W związku z definicjami ustawowymi oraz wprowadzonymi w drodze uchwały ww. znaki mogą być uznane jako tablice lub urządzenia reklamowe.* *(4) Uwzględnienie znaków kierunkowych na drogach wewnętrznych na nieruchomości poza budynkiem:* *a) 2 x dwustronny znak kierunkowy o powierzchni reklamowej 1,14 m² z każdej strony (łącznie 4,56 m²);* *b) 1 x dwustronny totem o powierzchni reklamowej 18,6 m²;* *Powyższe znaki mają na celu bezpieczną i wygodną dla gości restauracji organizację ruchu na nieruchomości.* *(5) Uwzględnienie znaków reklamowych na ogrodzeniu i meblach zewnętrznych:* *a) ogrodzenie szklane o powierzchni reklamowej 163,3 m² – sposób obliczania:* *– przęsło 150 cm: na każdym przęśle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,39 m² każdy; 13 dwustronnych przęseł, co łącznie daje 10,14 m² powierzchni reklamowej,* *– przęsło 200 cm: na każdym przęśle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,385 m² każdy; 4 dwustronne przęsła, co łącznie daje 6,16 m² powierzchni reklamowej;* *b) parasole – 4,33 m²:* *– średnica 300 cm: 4 x znak „M", 4 parasole o łącznej powierzchni reklamowej wynoszącej 0,65 m²,*			właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności ani swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			– *średnica 510 cm: 5 x znak „M”, 1 parasol o łącznej powierzchni reklamowej 1,93 m²;* *c) 3 x śmietnik drive thru lane o łącznej powierzchni grafik 1,90 m² (2 pola na każdym śmietniku o powierzchni 0,32 m² każdy);* *d) 3 x śmietnik w ogródku letnim o łącznej powierzchni grafik 0,18 m² (powierzchnia grafiki na każdym śmietniku 0,06 m²;* *e) 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.* *(...)* *Dodatkową argumentacją przemawiającą za uwzględnieniem powyższych postulatów jest fakt, że zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego.*			
2.	02.02.2021.	Park Odskocznia Sp. z o.o.	*Działając w imieniu Spółki Park Odskocznia* (...) *wnosimy następujące uwagi do treści projektu tej uchwały.* *W pierwszej kolejności wskazujemy, że cel podjęcia Uchwały krajobrazowej jest słuszny i z pewnością przyczyni się do podniesienia standardów funkcjonowania reklamy w przestrzeni publicznej i jej uporządkowania na terenie Gminy Zakopane. Skutkiem przyjęcia uchwały nie może być jednak wyłączenie lub zbytnie ograniczenie normalnego i zgodnego z obowiązującym prawem miejscowym, jak również z ogólnymi przepisami prawa, korzystania z nieruchomości i prowadzenia na niej określonych działań oraz aktywności, które nie służy przyjętym celom Uchwały Krajobrazowej i może zostać uznane za sprzeczne z zasadą proporcjonalności wyrażoną w art. 31 ust. 3 Konstytucji RP. Celem podjęcia uchwały jest uporządkowanie krajobrazu miasta Zakopane a nie wprowadzenie zakazów i ograniczeń, które nie będą realizować zamierzonego celu, a będą służyły jedynie do faktycznego wyeliminowania lub znacznego ograniczenia prawa własności i życia gospodarczego.* *W tym miejscu wskazujemy, że opracowany projekt Uchwały Krajobrazowej nie tylko ściśle określa i reglamentuje zasady sytuowania reklam, banerów i szyldów oraz innych oznaczeń w*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 2 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości przyrodniczych i krajobrazowych, regulacja zagadnień związanych z grodzeniem terenów jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. W projekcie uchwały zastosowano taką samą technikę legislacyjną dla wszystkich rozdziałów, tj. dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r., obiektów małej architektury oraz ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w danym rozdziale. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze.

			przestrzeni publicznej, ale również dotyczy możliwości i zasad grodzenia nieruchomości oraz ich części, całkowicie tę możliwość wyłączając w określonych wypadkach — co stanowi już istotną ingerencję w prawo własności nieruchomości i zasady jej zagospodarowania. *Wskazujemy, że projekt Uchwały Krajobrazowej w zakresie możliwości sytuowania ogrodzeń nie uwzględnia w pełni istniejącego stanu faktycznego oraz potrzeb poszczególnych nieruchomości, jak również wszystkich możliwości zagospodarowania i korzystania z nieruchomości. Dział IV przedmiotowego projektu wskazuje, że zgodnie z procedowaną uchwałą sytuowanie ogrodzeń zostanie dopuszczone jedynie na zasadach i warunkach ustalonych w tym dziale. Zgodnie z § 15 projektu uchwały sytuowanie ogrodzeń zostanie dopuszczone jedynie dla potrzeb grodzenia enumeratywnie wymienionych w uchwale terenów oraz obiektów (w tym budynków) zrealizowanych lub realizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych.* *Projekt w wyłożonym do publicznego wglądu brzmieniu całkowicie w katalogu obiektów i terenów objętych możliwością grodzenia pomija:* *1. obiekty istniejące lub planowane do realizacji, odnośnie których przepisy prawa budowlanego nie wymagają, lub nie wymagały w poprzednio obowiązującym stanie prawnym, uzyskania pozwolenia na ich budowę lub dokonania zgłoszenia – co w sposób nieuzasadniony wyklucza te obiekty z możliwości grodzenia pomimo, że ich charakter i sposób korzystania z nich może uzasadnić ich ogrodzenie np. obiekty małej architektury i obiekty sportowe, które nie są publicznie dostępne, gdyż znajdują się na nieruchomościach stanowiących własność prywatną, np. stoki narciarskie, obiekty stanowiące element parków edukacyjnych, parków i kompleksów leśnych (np. Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego),* *2. nieruchomości zabudowane budynkami (np. usługowymi), które to budynki nie zostały zrealizowane na podstawie decyzji o pozwoleniu na budowę lub zgłoszeń, a które to zostały przewidziane w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego do utrzymania a jednocześnie nie znajdują się na terenie zabudowy mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej czy techniczno-produkcyjnej ustalonej w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego;* *3. nieruchomości, na których prowadzone są roboty budowlane – ale nie związane z budową budynku, a które to tereny nie mogą zostać również objęte ogrodzeniem tymczasowym z uwagi na brak prowadzenie robót na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń – a to z uwagi na brak objęcia procedurą administracyjną uzyskiwania*			Przyjęcie proponowanego brzmienia ustaleń byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni oraz degradacją ładu przestrzennego. Dawałoby możliwość grodzenia większości terenów, w tym m.in. obiektów stanowiących samowole budowlane, czy terenów chronionych dotychczas przed grodzeniem przepisami obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			pozwoleń na budowę lub dokonywania zgłoszeń odnośnie prowadzenia wszystkich robót budowlanych, *4. terenów sportowo-rekreacyjnych, w tym wyciągów i stoków narciarskich, miejsc do gier, parków edukacyjnych, sportowych, rekreacyjnych itp.* *Z powyższych ograniczeń wynika, że nie wszystkie tereny, na których posadowienie ogrodzenia jest celowe i zasadne i powiązane z funkcją terenu (m.in. przewidzianą w zapisach prawa miejscowego), zostały objęte dyspozycją § 15 ust. 1 i 2, co czyni koniecznym dokonania zmiany redakcji tych postanowień.* *Z uwagi na powyższe uzasadnienie wnioskujemy o:* *usunięcie z projektu uchwały Działu IV w całości,* *ewentualnie o:* *pozostawienie w Dziale IV jedynie postanowień dotyczących określenia gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich mogą być wykonane ogrodzenia, wraz z ewentualnym wskazaniem dalszych warunków stawiania tych ogrodzeń, bez wprowadzania generalnego zakazu grodzenia, poza wypadkami wskazanymi w uchwale, tj. zastosowanie takiej samej techniki legislacyjnej jak przyjęta w przedmiotowym projekcie odnośnie obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. – odnośnie których nie wprowadzono generalnego zakazu ich stawiania, i bez wskazywania gdzie stawianie ogrodzeń jest dopuszczalne (kwestie te są w pełni uregulowane w obowiązujących przepisach), poprzez:* *a) usunięcie w całości § 15 ust. 1 i 2 przy pozostawieniu w § 15 ust. 3-6 z odpowiednią zmianą ich numeracji i redakcją, uwzględniającą usunięcie zapisów ust. 1 i 2,* *b) odpowiednie przeredagowanie zapisów § 17, w taki sposób aby uwzględniały zapisy § 15 w brzmieniu proponowanym wyżej, tj. aby albo nie dotyczyły ogrodzeń albo dotyczyły jedynie konieczności dostosowania gabarytów, rozmiarów i materiałów, z których te ogrodzenia są wykonane,* *ewentualnie o:* *nadanie Działowi IV pt. „Ogrodzenia" następującego brzmienia:* *„Dział IV* *OGRODZENIA* *§ 14* *Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym dziale, o ustalonych w nim gabarytach, standardach jakościowych oraz rodzajach materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.* *§ 15* *1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia następujących terenów oraz obiektów (w tym budynków):*		

			1) terenów zabudowy mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej, techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów) i rekreacyjnych ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego oraz terenów, dla których grodzenie jest uzasadnione z uwagi na sposób ich wykorzystywania wynikających z obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, w tym tereny parków leśnych, edukacyjnych, sportowo-rekreacyjnych; *2) nieruchomości zabudowanych budynkiem mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, magazynowym, gospodarczym lub innym;* *3) nieruchomości, na których prowadzone są roboty budowlane związane z budową budynku mieszkalnego, usługowego, zagrodowego, produkcyjnego lub magazynowego lub inne roboty budowlane;* *4) obiektów infrastruktury technicznej i turystycznej;* *5) komunalnych miejsc gromadzenia odpadów stałych;* *6) terenów ogrodów działkowych;* *7) terenów cmentarzy;* *8) terenów targowisk;* *9) obiektów małej architektury – kultu religijnego;* *10) obiektów i terenów sportowo-rekreacyjnych;* *11) parków, zieleńców, ogrodów botanicznych, arboretów i alpinariów;* *12) placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych;* *terenów związanych z hodowlą lub utrzymaniem zwierząt.* *2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb:* *1) grodzenia terenów budów, realizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub budów, dla których uzyskanie decyzji administracyjnych lub dokonanie zgłoszeń nie jest wymagane przez obowiązujące przepisy – na czas wykonywania robót budowlanych;* *2) prowadzenia gospodarki rolnej w formie wypasu zwierząt, w tym koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego;* *3) prowadzenia gospodarki leśnej na terenach lasów;* *4) ochrony przed dzikimi zwierzętami na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego i terenach przyległych, zgodnie z wytycznymi Dyrektora Tatrzańskiego Parku Narodowego;* *5) organizacji wydarzeń miejskich i imprez sportowych;* *6) organizacji sezonowych ogródków gastronomicznych.* *3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń:* *1) określonych w ust. 1 pkt 10 stanowiących piłkochwyty- maks. 6 m;* *2) określonych w ust. 1 pkt 1 dla terenów zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, ust. 1 pkt 9 i ust. 2 pkt 2 – maks. 1,2 m;* *3) określonych w ust. 2 pkt 6 – maks. 0,9 m;* *4) pozostałych – maks. 2,2 m.*		

			4. Dopuszcza się większą wysokość dla zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie, jednak maks. 5 m dla bram i maks. 3,5 m dla furtek i śmietników. *5. Dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) ogrodzeń od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 0,5 m.* *6. Dla ogrodzeń terenów o nachyleniu powyżej 10% mierzonym w linii ogrodzenia, dopuszcza się wysokość murków fundamentowych (cokołów) od strony dróg publicznych i dróg wewnętrznych, mierzoną od strony drogi – maks. 1,0 m w najniższym punkcie terenu i maks. 0,5 m w najwyższym punkcie terenu, na którym usytuowane jest ogrodzenie.* *7. Grodzenie terenów nie może kolidować z przebiegiem, dostępem i ochroną istniejących biegowych tras narciarskich i szlaków turystycznych.”.*			
3.	05.02.2021.	Polskie Tatry S.A.	*Zarząd Spółki Polskie Tatry S.A.* (...) *uprzejmie informuje, że przedstawione regulacje w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, szyldów i ogrodzeń, wprowadzają rygorystyczne ograniczenia w możliwościach prezentacji wizualnej naszych obiektów, dla ich identyfikacji oraz upublicznianych informacji o świadczonych usługach. Dodatkowo, pojawia się okres przejściowy na dostosowanie istniejących instalacji do warunków i założeń uchwały lub obowiązek ich demontażu w terminie od 12 do 36 miesięcy od wprowadzenia uchwały. Zatem ewentualny brak dodatkowych możliwości w projekcie niniejszej uchwały, a związanych z konkretnymi obiektami Spółki, spowodowałby wyraźną szkodę dla naszego przedsiębiorstwa. A należy m.in. nadmienić, że większość instalacji identyfikacji wizualnej obiektów Spółki, została w ostatnim czasie zmodernizowana, odtworzona i zmodyfikowana sporymi nakładami, z wieloletnim założeniem ich skutecznego funkcjonowania. Praktyką, jaką wdrożyliśmy już kilka lat temu w projektach reklamowo-wizualnych Spółki, a dziś stało się to już normą, jest by wszelkie zewnętrzne instalacje subtelnie wpisywały się w przestrzeń, były atrakcyjne, a zarazem stonowane, zatem już znacznie wcześniej rozpoczęliśmy działania zbieżne z ogólną intencją niniejszego projektu uchwały (m.in. podświetlany pylon przed naszą karczmą Biały Potok na końcu ulicy Droga do Białego, tablice informacyjne na terenach zewnętrznych Zespołu Pensjonatów Dolina Białego, tablica informacyjna o obiektach Spółki zlokalizowana w rejonie placu postojowego przed karczmą Chata Zbójnicka przy ulicy Jagiellońskiej, napisy informacyjne na obiekcie Jaworzynka w Kuźnicach oraz znajdująca się przy nim tablica informacyjna o obiektach Spółki, które zostały wykonane w kolorystyce szaro-białej, zatem stonowanej oraz subtelnej formie).*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 3 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Część t.r.i.u.r. wymienionych w uwadze może być możliwa do realizacji, m.in. w zależności od tego, czy będą stanowiły szyld. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznych gabarytów (zwłaszcza postulowanych dla budynków wysokich) oraz możliwości sytuowania na dachach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Projekt uchwały ustala łączną dopuszczalną powierzchnię t.r.i.u.r., sytuowanych na elewacji w strefie parteru – na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni każdej witryny. Zwiększenie dopuszczalnej powierzchni t.r.i.u.r. na elewacjach (poprzez dopuszczenie wykorzystania 20% powierzchni całej elewacji frontowej, a nie tylko powierzchni elewacji w strefie parteru) byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego.

			Poniżej kilka przykładowych szczegółów związanych z projektem uchwały wraz z uzasadnieniami: *Obligatoryjnie określono maksymalną wielkość liter instalacji oraz logotypów (szyldów). Przepisy nie przewidują rozwiązań proporcjonalnych instalacji względem wielkości budynków. Istnienie małego szyldu na wielkiej przestrzeni elewacyjnej będzie wyglądało śmiesznie i niekorzystnie (np. istniejący obecnie na budynku Aqua Park Zakopane podświetlany logotyp wraz z podświetlanymi literami tworzącymi nazwę „Aqua Park Zakopane" został zamontowany w miejscu i wielkości dopasowanej do wielkości całego kompleksu obiektu). Proponujemy, aby rozmiar dopuszczalnej wielkości liter szyldów (logotypów) powiązać z regulacjami zawartymi w Dz.U.2019.0.1065 tj. – Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie.* *Ww. rozporządzenie wprowadza podział obiektów na budynki:* *– niskie (N) – do 12m wysokości,* *– średniowysokie (SW) – od 12 do 25m wysokości,* *– wysokie (W) od 25m do 55m.* *Postulujemy, aby dopuścić następujące rozmiary szyldów w formie liter podświetlanych i logotypów umieszczonych na dachach i pod okapami budynków:* *I. Niskich użytkowanych w celach innych niż mieszkaniowe oraz powierzchnię zabudowy ponad 400 m^2 – maks. jednego szyldu na elewacji powyżej kondygnacji parteru, płasko w jednym poziomym rzędzie, na ścianie najwyższej kondygnacji budynku ponad górną krawędzią okien, na attyce wieńczącej elewację lub na dachu wzdłuż krawędzi dachu, jako jedynego szyldu powyżej kondygnacji parteru na tym budynku (z wyłączeniem szyldów w witrynach):* *a) forma ażurowa,* *b) gabaryty:* *– wysokość maks. 1 m* *– szerokość maks. 6 m* *– grubość (głębokość) maks. 20 cm* *– powierzchnia maks. 6 m^2* *II. Średniowysokich użytkowanych w celach innych niż mieszkaniowe oraz powierzchnię zabudowy ponad 400 m^2 – maks. jednego szyldu na elewacji powyżej kondygnacji parteru, płasko w jednym poziomym rzędzie, na ścianie najwyższej kondygnacji budynku ponad górną krawędzią okien, na attyce wieńczącej elewację lub na dachu wzdłuż krawędzi dachu, jako jedynego szyldu powyżej kondygnacji parteru na tym budynku (z wyłączeniem szyldów w witrynach):* *a) forma ażurowa,*			W stosunku do nośników posiadających „wyłącznie charakter informacyjny", jeśli nie stanowią one treści reklamowych – nie stosuje się przepisów uchwały. Projekt uchwały ustala generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. (w tym neonów) na dachach. Natomiast dopuszcza m.in. sytuowanie szyldów podwieszonych do okapu dachu, co powinno chronić szyld przed wpływem opadów i zsuwów śniegu. Dopuszczenie sytuowania neonów na dachach byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Projekt uchwały dopuszcza m.in. sytuowanie reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich, w tym w formie wolnostojącej (o określonych gabarytach). Do tego rodzaju należą m.in. pneumatyczne (pompowane, dmuchane) urządzenia reklamowe. Tym samym część postulatów zawartych w uwadze może być bezprzedmiotowa. Natomiast rozszerzenie rodzajów dopuszczonych ogólnie i szeroko urządzeń reklamowych o urządzenia pneumatyczne (pompowane, dmuchane) byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			b) gabaryty: *– wysokość maks. 2 m* *– szerokość maks. 25 m* *– grubość (głębokość) maks. 20 cm* *– powierzchnia maks. 50m^2* *III. Wysokich użytkowanych w celach innych niż mieszkaniowe oraz powierzchnię zabudowy ponad 400 m^2 – maks. jednego szyldu na elewacji powyżej kondygnacji parteru, płasko w jednym poziomym rzędzie, na ścianie najwyższej kondygnacji budynku ponad górną krawędzią okien, na attyce wieńczącej elewację lub na dachu wzdłuż krawędzi dachu, jako jedynego szyldu powyżej kondygnacji parteru na tym budynku (z wyłączeniem szyldów w witrynach):* *a) forma ażurowa,* *b) gabaryty:* *– wysokość maks. 3 m* *– szerokość maks. 40 m* *– grubość (głębokość) maks. 20 cm* *– powierzchnia maks. 120 m^2* *Powyższe rozwiązanie pozwoli zachować prawidłowe proporcje szyldów względem gabarytów budynku i będzie zapewniało prawidłowy przekaz informacji wizualnej. Jako załącznik przesyłamy fotografie obiektu Aqua Park Zakopane, ukazujące istniejące rozwiązanie, uwzględniające zachowanie proporcji wielkości szyldu względem wysokości obiektu. Na fotografiach wyraźnie widać, że umieszczenie napisu o proponowanych wymiarach 1m na 6m zawartych w projekcie uchwały, wyglądałoby kuriozalnie i zaburzyło zamysł architektoniczny i wizualny.* *Przepisy nie przewidują instalacji szyldów na dachach, podwieszenia pod przewiązkami lub montażu w osi poprzecznej do budynku. W przypadku obiektów Spółki, w wielu punktach brak możliwości istnienia takich szyldów, zaburzy przede wszystkim logistykę oraz jedyną informację komunikacyjną, dzięki której klienci nie błądzą po nieruchomości (także podświetlany napis „Antałówka" zaprojektowano na planowanej przewiązce, łączącej budynek Aqua Parku Zakopane z budynkiem Pensjonatu Antałówka, a dodatkowo z racji znacznej odległości planowanej przewiązki od ulicy Jagiellońskiej, wielkość liter została dostosowana proporcjonalnie zarówno do wielkości przewiązki jak i do rejonu, w którym będzie istniała możliwość odczytania napisu).* *(...)* *Wnioskujemy o:* *umożliwienie wykorzystania do 20% elewacji frontowej budynku do celów reklamowych.*			

			dopuszczenie do instalacji wolnostojących pylonów, totemów, tablic i urządzeń reklamowych stanowiących wyłącznie charakter informacyjny z uwzględnieniem maksymalnych gabarytów 200cm x 300cm *dopuszczenie sytuowania neonów na dachach budynków, analogicznie jak neon „Zakopane" umieszczony na jednym z budynków stacji PKP z ograniczeniem ich wielkości 1m wysokości i 6m długości. Takie rozwiązanie zaplanowane zostało w projekcie przewiązki łączącej budynek Pensjonatu Antałówka z Aqua Park Zakopane, realizowanym obecnie przez Spółkę, które jest bardzo estetyczne, a jednocześnie poprzez wyniesienie neonu powyżej dachu, przeciwdziała możliwości zniszczenia tak delikatnej instalacji przez zsuwający się z dachu śnieg* *dopuszczenie dmuchanych urządzeń reklamowych na potrzeby różnego typu imprez organizowanych przez Spółkę, na terenie będącym własnością Spółki* *Zarząd Spółki jest świadomy celowości regulacji zawartych w uchwale krajobrazowej, które bezwzględnie uporządkują przestrzeń publiczną Zakopanego w zakresie nadmiernego wykorzystywania reklam i „zaśmiecania" pięknego krajobrazu naszego miasta. Bezdyskusyjnym jest fakt, że usunięcie wielkogabarytowych bilbordów czy też oślepiających citilightów, spowoduje, że obszar przestrzeni publicznej Zakopanego stanie się estetyczny i uporządkowany, a wdrożenie uchwały zapewni realny wpływ na formę i miejsce sytuowania wszechobecnych reklam, zapobiegając dalszemu oszpecaniu pięknego krajobrazu. Jednakże, zastosowanie w proponowanej uchwale dodatkowych regulacji, mogłoby pozwolić zarówno na spełnienie celów uchwały, zatem obiektywnie korzystne dla wizerunku przestrzeni publicznej miasta, ograniczenie „samowoli reklamowej", jak też poprzez stosowanie odpowiednich napisów informacyjnych, zapewnić w możliwym stopniu swobodę działalności gospodarczej.*			
4.	11.02.2021.	BP Europa SE Oddział w Polsce	*Na wstępie należy zaznaczyć, że współczesna stacja paliw oferuje całą gamę usług dla kierowców innych niż zakup paliwa: mycie samochodu w myjni automatycznej lub ręcznej, odkurzanie wnętrza samochodu, sprawdzanie i uzupełnienie ciśnienia w kołach, zakupy w sklepie stacyjnym, posiłek w punkcie bistro. Ponieważ nie jest regułą wyposażanie stacji paliw we wszystkie te usługi we wszystkich lokalizacjach, standardem rynkowym są elementy komunikacji adekwatne do oferty danej lokalizacji. Komunikacja, którą kieruje współczesna stacja paliw dla klienta-kierowcy dotyczy zatem cen paliw, zakresu oferty i marki, która patronuje danej stacji. Jest to komunikacja korzystna przede wszystkim dla klientów w celu podjęcia właściwego i świadomego wyboru, a jej forma fizyczna musi być*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 4 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Część t.r.i.u.r. wymienionych w uwadze może być możliwa do realizacji, m.in. w zależności od tego, czy będą stanowiły szyld. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznej liczby i gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby

			dostosowana do klienta, który kieruje pojazdem. Opisane elementy komunikacji przybierają formy czysto graficzne (kolory), znaków graficznych o określonej postaci i napisów informujących. Ten arsenał środków jest niemal identyczny dla wszystkich głównych uczestników rynku paliwowego (uwzględniając także wymiary) i praktycznie determinuje powtarzalny wygląd stacji paliw, niezależnie od podmiotu prowadzącego taką stację. Można zatem stwierdzić, iż elementy typowe dla współczesnej stacji paliw to: – *Pylon cenowy – zawiera logo lub napis marki głównej, ceny paliw, logo lub opis marki gastronomicznej, informacje o ofercie na danej stacji;* – *Totem – wysoki element w formie masztu zwieńczonego logo marki głównej i marki gastronomicznej;* – *Logotyp, nazwa marki głównej – występujący na wiacie, budynku sklepu, pylonie cenowym;* – *Logotyp, nazwa marki gastronomicznej – występujący na pylonie cenowym i budynku sklepu;* – *Logotypy, nazwy produktów lub usług charakterystycznych – np. unikalnego dla danej marki paliwa, programu lojalnościowego – występujący na pylonie cenowym, pod wiatą;* – *Gabloty, tablice reklamowe informujące o aktualnych ofertach, promocjach – występują na budynku sklepu, pod wiatą;* – *Opisy funkcjonalne obiektów – np sklep, myjnia, myjnia ręczna, zazwyczaj powiazane z tłem w kolorze charakterystycznym marki* – *Elementy architektoniczne obiektów – np. pasy attyk w firmowym kolorze Stacia Paliw BP.* *Poniżej przedstawiamy wymienione wyżej elementy w formie graficznej wraz z wymiarami tak jak jest to opisane w standardzie wizualnym:* *(...)* *Mając na celu, aby przyszła Uchwała pozwoliła zachować integralność stacji paliw poprzez zachowanie istniejących, niezbędnych elementów komunikacji nie tyle marki co oferty obiektów użyteczności publicznej, kwalifikowanych jako reklamy w myśl Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, przedstawiamy wnioski i uwagi do ww. projektu Uchwały:* *BP wnosi o dopuszczenie dla nieruchomości, na których zlokalizowane są stacje paliw będące obiektami użyteczności publicznej, funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej danej marki w zakresie rozmieszczenia, wielkości, ilości czy też kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów i reklam oraz w zakresie lokalizacji znaków informacyjnych i kierunkowych umieszczonych na terenie nieruchomości.*			pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wyłączenie terenów stacji paliw z ww. regulacji byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., umieszczonych na terenie nieruchomości, nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Projekt uchwały nie ustala kolorystyki t.r.i.u.r., a jedynie kolorystykę elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi jest bezprzedmiotowy. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. na budowlach i urządzeniach infrastruktury technicznej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Została dopuszczona możliwość sytuowania szyldu na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów. Przepisy projektu uchwały nie uniemożliwiają czytelnego informowania o cenach paliw i stoją w zgodzie z przepisami odrębnymi. Przepisów rozdziału dotyczącego ogrodzeń nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi, tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności, istotę swobody prowadzenia działalności gospodarczej, ani istotę praw i wolności. Projekt uchwały obejmuje teren Gminy Miasto Zakopane, a nie teren „miasta Gdyni”.

			<u>Uzasadnienie</u>: *Uchwała ma realizować dyspozycje Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którą może ona w swojej treści regulować zasady i warunki sytuowania m.in. tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych (art. 37a ust. 1 u.p.z.p.). Tym samym nie jest wykluczone w Uchwale stworzenie regulacji dla konkretnych rodzajów działalności, tj. stacji paliw. Stacje paliw funkcjonujące na rynku paliwowym wykształciły dość podobny model zorganizowania elementów stacji paliw, w tym również elementów infrastruktury informacyjno-reklamowej stosowany przez większość uczestników rynku, a pożądanych przez klientów ze względu na specyficzny charakter działalności stacji paliw.* *W niektórych gminach czy miastach (np. w Sosnowcu – Uchwała Nr 130/Vl/2019 Rady Miejskiej w Sosnowcu z dnia 28 marca 2019 r. 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 Dz. U. Woj. Śląskiego z 2019 r., poz. 2998), celem zachowania ładu przestrzennego przy projektowaniu obiektów budowlanych jakimi są stacje paliw wprowadzono regulacje, które uwzględniają specyficzny charakter tego typu obiektów użyteczności publicznej.* *Pożądanym byłoby zatem, dla nieruchomości położonych w bezpośrednim sąsiedztwie dróg, na których zlokalizowane są stacje benzynowe dopuszczenie funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej w zakresie rozmieszczenia, wielkości ilości: znaków firmowych, liter przestrzennych, logotypu przestrzennego, kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych, tablic informacyjnych stosowanych na obiektach itp.* *Niezależnie od wyżej postulowanych rozwiązań dot. wyłączenia terenów stacji paliw z ogólnych regulacji i dopuszczenie funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej stacji paliw, poniżej wnosimy uwagi i zastrzeżenia do projektu Uchwały 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, na terenie Gminy Miasto Zakopane.* *BP wnosi o rozszerzenie katalogu dopuszczeń sytuowania tablic reklamowych w § 8 Uchwały poprzez dodanie w ust. 1 pkt 4 w następującym brzmieniu:* *„na nieruchomościach, na których zlokalizowane są stacje paliw:* *a) urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej, w ilości maks. 2 szt., o powierzchni reklamy nieprzekraczającej 4m^2,*			Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			b) tablic reklamowych na budynku stacji paliw, w ilości maks. 2 sztuk, o powierzchni reklamy nieprzekraczającej 4m^2, *c) tablic i urządzeń reklamowych w kolorystyce właściwej dla powtarzalnej kolorystyki danej sieci stacji paliw".* *BP wnosi o uzupełnienie § 9 ust. 2 pkt 7 Uchwały poprzez dodanie zastrzeżenia „za wyjątkiem reklam i urządzeń reklamowych dopuszczonych na tych elementach w przepisach Uchwały"* *por. np. proponowany zapis S 8 ust. 1 pkt 4 lit. b Uchwały.* *BP wnosi o uzupełnienie § 9 Uchwały poprzez dodanie ustępu 8 w brzmieniu:* *„Postanowień ustępu 7 nie stosuje się do reklam i urządzeń reklamowych, dla których przewidziano dopuszczenie innej kolorystyki w przepisach Uchwały" –* *por. proponowany zapis § 8 ust. 1 pkt 4 lit. c Uchwały – „...dopuszczenie tablic i urządzeń reklamowych w kolorystyce właściwej dla powtarzalnej kolorystyki danej sieci stacji paliw".* *BP wnosi o zmodyfikowanie brzmienia § 12 pkt 8 Uchwały i nadanie mu następującego brzmienia:* *„na nieruchomości, na której zlokalizowane jest stacja paliw szyldów w kolorystyce właściwej dla powtarzalnej kolorystyki sieci stacji paliw, tj.:* *a) szyldu cenowego w formie wolnostojącej, zawierającego informacje o cenach paliw, logotyp marki głównej, logotyp marki gastronomicznej i inne informacje o występujących na stacji paliw usługach lub sprzedawanych towarach:* *– wysokość maks. 7,5 m,* *– szerokość maks. 2,5 m,* *– grubość maks. 0, 7 m,* *– powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 14 m^2 na każdej ze stron, gdzie umieszczane są reklamy,* *b) szyldu pomocniczego w formie wolnostojącej, zawierającego informacje o usługach specjalistycznych (np. UKV...):* *– wysokość maks. – ...,* *– szerokość maks. – ...,* *– grubość maks. – ...,* *– powierzchnia ekspozycyjna reklamy maks. ... na każdej ze stron, gdzie umieszczone są reklamy,* *c) szyldu – logotypu marki własnej umieszczonego na wiacie, w ilości maks. 3 sztuk:* *– wysokość maks. l m,* *– szerokość maks. 1 m,*		

			– grubość maks. 0,2 m, *– forma ażurowa,* *d) szyldu – logotypu marki własnej, umieszczonego na budynku stacji, w ilości maks. 1 sztuki:* *– wysokość maks. 1 m,* *– szerokość maks. 1 m,* *– grubość maks. 0,2 m,* *– forma ażurowa,* *e) szyldu – logotypu marki gastronomicznej, umieszczonego na budynku stacji, w ilości maks. 1 sztuki:* *– wysokość maks. 1 m,* *– szerokość maks. 2 m,* *– grubość maks. 0,2 m,* *f) szyldu – informacji o menu funkcji gastronomicznej, umieszczonego na budynku stacji w ilości maks. 2 sztuk:* *– wysokość maks. 1,5 m,* *– szerokość maks. 1,1 m,* *– grubość maks. 0,1 m,* *– forma panelu reklamowego,* *g) szyldu – grafiki naklejanej z logo marki własnej na dystrybutorach paliwowych, powiązanej z informacją o marce własnej sprzedawanych paliw w formie panelu reklamowego nad dystrybutorem w przestrzeni wyznaczonej przez słupy i sufit wiaty,* *h) szyldu umieszczonego na budynku myjni stacji paliw, informującego o usłudze myjni, o szerokości nie przekraczającej elewacji, na której jest umieszczony i wysokości maks. 1 m.”* *(wizualizacja poszczególnych szyldów znajdujących się na terenie stacji paliw w Zakopanym – załącznik nr)* *BP wnosi o uzupełnienie § 13 ust. 2 pkt 3 Uchwały poprzez nadanie mu brzmienia: „na dachach, z wyjątkiem przypadku określonego w par. 12 pkt 5 oraz w par. 12 pkt 8" –* *por. proponowany zapis S 12 pkt 8 Uchwały* *<u>Uzasadnienie</u>:* *[DOTYCZY UWAG NR 4.2-4.6]* *Podstawową funkcją stacji paliw jest sprzedaż paliw, a w ślad za przepisami Ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług oraz Rozporządzeniem Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług, informowanie czytelne o cenach paliw jest obowiązkiem nałożonym przez prawo.*			

			Pomimo wielu podmiotów funkcjonujących na rynku paliwowym wykształcił się dość podobny model szyldów stacji paliw stosowanych przez większość uczestników rynku: np. pylon na którym obok komunikacji cen znajduje się logotyp firmy oraz informacje o podstawowych usługach, które oferuje stacja paliw: kawiarenka lub bistro, specyficzny typ paliwa, myjnia automatyczna, myjnia ręczna. Są to informacje istotne i oczekiwane przez klientów, a komunikowane na pylonie cenowym po to, aby dać możliwość podjęcia decyzji o zjechaniu z drogi na stację. *Postulowane przez BP rozwiązania mają przede wszystkim chronić interes konsumentów i umożliwiać im dokonywanie optymalnych wyborów co do skorzystania z wybranej stacji benzynowej. Szyldy stacji paliw, jako specyficzne pod względem pełnionej funkcji, powinny umożliwiać informowanie nie tylko o cenach paliw ale innych towarach i usługach oraz umożliwiać promowanie nazw i symboli marek integralnie związanych z prowadzoną działalnością na stacjach paliw. Stąd w pełni uzasadnionym pozostaje postulat wprowadzenia proponowanych zmian lub wyodrębnienia definicji pylonu stacji paliw pozostawiając go jako zgodny ze standardem danego Operatora.* *Cechą ww. rozwiązania jest powtarzalność – szyldy cenowe danej marki jak i pozostałe szyldy stanowiące logotypy marki głównej i gastronomicznej występują na terenie całego kraju w identycznej lub bardzo zbliżonej formie, co sprzyja budowaniu ładu przestrzennego. Wprowadzenie proponowanych zapisów pozwala na realizację postulatów – dostępności informacji oraz jej powtarzalności. A to dodatkowo wpływa na kształtowania ładu przestrzennego nie tylko w wymiarze lokalnym ale ogólnokrajowym.* *BP wnosi uzupełnienie § 15 ust. 1 Uchwały o pkt 13 w brzmieniu:* *„infrastruktury technicznej stacji paliw”* *<u>Uzasadnienie</u>:* *Stacje paliw jako obiekty użyteczności publicznej nie posiadają ogrodzeń z wyjątkiem sytuacji narzuconych odrębnymi przepisami prawa i wymogami prawa budowlanego na etapie projektowania. Jednak ze względów bezpieczeństwa, niektóre elementy infrastruktury technicznej stacji paliw podlegają ogrodzeniu. Dotyczy to przede wszystkim zbiorników i instalacji do napełniania samochodów gazem LPG oraz niektórych elementów instalacji paliwowej. W związku z powyższym konieczne jest zapewnienie możliwości grodzenia pewnych obiektów stacji paliw.* *W ocenie BP w procesie prac nad przygotowaniem i wdrożeniem Uchwały szczególna uwaga powinna zostać poświęcona kwestiom zasadniczym z punktu widzenia obowiązującego w*		

			Rzeczypospolitej Polskiej porządku prawnego, a szczególnie zasadom mającym źródło w Konstytucji RP: • ***ochrony prawa własności*** *Jedną z naczelnych zasad polskiego porządku prawnego jest ochrona własności. Zasada ta potwierdzona została w Konstytucji RP, której art. 21 ust. 1 stanowi, że własność jest prawem chronionym przez Rzeczpospolitą Polską. Powyższe zostało rozwinięte w art.64 ust. 2 Konstytucji RP, zgodnie z którym prawo własności podlega ochronie prawnej. Biorąc pod uwagę obecne brzmienie projektu Uchwały właściciele nieruchomości będą zobowiązani do zastosowania się do jej zapisów, zarówno co do zasad, jak i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W wielu wypadkach będzie to równoznaczne z zakazem sytuowania w obrębie nieruchomości jakichkolwiek tablic i urządzeń reklamowych, w innych zaś z możliwością sytuowania jedynie niektórych ich rodzajów dopuszczonych w Uchwale lub też takich, które będą spełniały wymogi z niej wynikające. Właściciele nieruchomości zostaną więc poważnie ograniczeni w prawie decydowania o przeznaczeniu stanowiących ich własność nieruchomości, korzystania z nich i pobierania z nich pożytków.* *Wskazać należy, iż organy administracji publicznej nie mogą 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 działające na terenie miasta Gdyni. Tym samym, winno się oczekiwać, że przy konstruowaniu norm prawnych określających tak istotne kwestie jak zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów i reklam), a także ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, Rada Miasta będzie w sposób racjonalny korzystać ze swego prawa tj. poprzez dokonanie wyboru rozwiązań optymalnych, które uwzględniają zarówno charakter danej przestrzeni miejskiej, jej znaczenie gospodarcze, interesy lokalnej społeczności, a w tym również funkcjonujących w jej ramach przedsiębiorców.* *W naszej ocenie projekt Uchwały krajobrazowej wprowadza w szczególności zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Wskazane nakazy, zakazy i ograniczenia w sposób nadmierny i nieuzasadniony ograniczają nie tylko podstawowe prawa przedsiębiorców*			

			prowadzących stacje benzynowe, ale również prawa innych podmiotów, których nieruchomości zlokalizowane są na terenie Gminy. „W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 k.p.a.). 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 przesłanki 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" (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku, sygn. akt: V SA 3718/00). *Wprowadzenie zakazów lub daleko idących ograniczeń sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) służących do identyfikacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na terenie danej nieruchomości, stanowi przejaw nieuzasadnionego naruszenia wskazanych powyżej praw przysługujących obywatelom. 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. Odpowiednie zastosowanie znajduje tu stanowisko wyrażone przez Naczelny Sąd Administracyjny, który wskazał, że w kontekście powołanego przepisu Konstytucji ocena „nadużycia władztwa planistycznego sprowadza się do zbadania, czy ustalone w planie miejscowym ograniczenia prawa własności nieruchomości są konieczne dla ochrony takich wartości, jak bezpieczeństwo i porządek publiczny lub ochrona środowiska, zdrowia i moralności publicznej, a także wolności i praw innych osób" (por. wyrok NSA z dnia 29 listopada 2016 roku, sygn. akt II OSK 440/15). 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.* *„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" (por. wyrok TK z dnia 20 czerwca 2005 r., sygn. akt K 4/04).) W orzecznictwie sądowo-administracyjnym podnosi się, że „…własność może być ograniczona, tyle że tylko w drodze ustawy i tylko w takim zakresie w jakim nie narusza to istoty prawa własności, a więc z poszanowaniem zasady proporcjonalności, tj. zakazem nadmiernej w stosunku do chronionej wartości ingerencji w sferę praw i wolności jednostki. Ingerencja w sferę prawa własności musi zatem pozostawać w racjonalnej i odpowiedniej proporcji do ww. celów, dla osiągnięcia których ustanawia się określone ograniczenia, przy czym ograniczenia te winny być dokonane wyłącznie w formie przepisów ustawowych" (wyrok WSA we Wrocławiu z dnia 19 grudnia 2017 r., sygn. akt II SA/Wr 624/17). *W naszej ocenie Uchwała w zaproponowanym kształcie narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w projekcie Uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa przedsiębiorcy, w tym w szczególności już nabyte.* • ***ochrona praw nabytych*** *Jednym z krytykowanych przez BP aspektów wprowadzonych przez projektowaną Uchwałę regulacji, jest faktyczne zrównanie sytuacji tych podmiotów – zarówno przedsiębiorców, jak i właścicieli nieruchomości – które umieszczały tablice i urządzenia reklamowe w pełni zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (w tym po dokonaniu wymaganych zgłoszeń i uzyskaniu stosownych pozwoleń) z tymi, które dokonały tego z pominięciem wyżej wskazanych procedur, a więc nielegalnie. Zgodnie z obecnymi regulacjami prawnymi obie powyższe kategorie podmiotów będą na równi zobowiązane do dostosowania stanowiących ich własność tablic i urządzeń reklamowych do wymogów stawianych przez Uchwałę. W znacznej części przypadków owo dostosowanie nie będzie mogło nastąpić w inny sposób, jak tylko przez usunięcie tablic lub urządzeń reklamowych, szyldów, reklam ponieważ nie będą one spełniały nowo wprowadzonych zasad zawartych w projektowanej Uchwale. Rozwiązanie takie godzi w sposób jaskrawy i oczywisty w konstytucyjna zasadę ochrony praw nabytych, wywodzoną z kolei z zasady demokratycznego państwa prawnego określonej w art.2 Konstytucji RP. Podkreślenia wymaga, że podmioty (w tym BP) zgodnie z przepisami prawa sytuowały tablice i urządzenia*			

			reklamowe czyniły to w wielu wypadkach na skutek ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę lub też w wyniku skutecznie dokonanych zgłoszeń do organów administracji architektoniczno-budowlanej. Zgodność z prawem powyższych działań potwierdzona została więc albo w formie władczego rozstrzygnięcia właściwego organu na drodze decyzji administracyjnej, bądź brakiem sprzeciwu właściwego organu w przewidzianym przez ustawę terminie. Z rozstrzygnięciami tymi wiążą się określone uprawnienia, które nie powinny być następnie przez organy państwa arbitralnie kwestionowane i negowane. Skoro dany podmiot nabył już prawo do umieszczenia w określonej w decyzji lub zgłoszeniu lokalizacji tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, to prawo takie – jako słusznie nabyte powinno być szanowane i uwzględniane w przyszłych działaniach oraz decyzjach uprawnionych do tego organów, w tym szczególnie na etapie projektowania i wdrażania aktów prawa miejscowego. *Z powyższym również wiąże się postulat pewności prawa i zaufania do organów Państwa, gdzie każdy podmiot prawa winien mieć pewność, że uzyskane przez niego uprawnienie nie zostanie następnie zakwestionowane.* *Nie można pominąć również aspektu ekonomicznego wprowadzanych regulacji. Przedsiębiorcy działając w zaufaniu do istniejących regulacji i decyzji organów ponieśli koszty zaprojektowania i budowy tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, szyldów. Skutki wprowadzenia Uchwały w obecnym brzmieniu dla podmiotów posiadających legalne nośniki reklamowe (jak BP) będą polegały na konieczności ich znaczących modyfikacji lub usunięcia, co skutkowało będzie poniesieniem dodatkowych wysokich kosztów z tym związanych oraz utratą korzyści związanych z ekspozycją reklamy. W związku z powyższym negatywnie należy ocenić obecne rozwiązanie, w którym brak jest jakiegokolwiek mechanizmu odszkodowawczego dla przedsiębiorców, którzy zmuszeni będą do poniesienia konsekwencji wejścia Uchwały w życie. Skutki ekonomiczne wprowadzenia regulacji prawnej przerzuca się w Uchwale w całości na działających zgodnie z przepisami prawa przedsiębiorców. Nie można więc pominąć, że brak wnikliwego rozważenia tego zagadnienia już na etapie przygotowywania przepisów Uchwały, będzie powodował poważne konsekwencje na etapie jej stosowania, w tym również występowanie przez przedsiębiorców, którzy poniosą szkody w związku z realizacją Uchwały z roszczeniami wobec Miasta z tego tytułu.* *Nie łagodzi powyższego wprowadzenie w Uchwale okresów na dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do jej zapisów.* • ***zasada niedziałania prawa wstecz*** *W ocenie BP projektowane przepisy Uchwały stoją w oczywistej sprzeczności z jedną podstawowych zasad porządku prawnego, jaką*		

			jest niedziałanie prawa wstecz. Wprowadzenie obowiązku dostosowania legalnie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwał krajobrazowych będzie równoznaczne z ponowną oceną stanów faktycznych, które zaistniały przed wejściem danej Uchwały w życie, pod kątem przepisów, które weszły w życie znacznie później, niż w okresie, kiedy te stany faktyczne miały miejsce. Przepisy Uchwały będą więc stosowane wstecz pod kątem oceny legalności tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych w sposób zgodny z przepisami i wymogami prawa obowiązującymi w czasie ich umieszczania, co uznać należy za niedopuszczalne odstępstwo od zasady niedziałania prawa wstecz. *W przedmiocie tej zasady jednoznacznie wypowiedział się Naczelny Sąd Administracyjny w Uchwale z dnia 10 kwietnia 2006 roku, sygn. akt I OPS 1/06 wskazując: „Zasada niedziałania prawa wstecz, chociaż nie została wprost wyrażona w Konstytucji, stanowi w państwie podstawową zasadę porządku prawnego, opartego na założeniu, że „każdy przepis normuje przyszłość, nie zaś przeszłość”. Prawidłowym byłoby więc jedynie takie rozwiązanie, zgodnie z którym zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych określane w Uchwale odnosiłyby się jedynie do tablic i urządzeń sytuowanych po dniu wejścia w życie wspomnianej Uchwały, bez ingerencji w zdarzenia oraz związane nimi konsekwencje prawne, które miały miejsce przed wejściem tego aktu prawa miejscowego w życie.* *Na wagę powyższych zagadnień zwrócił uwagę NSA, który postanowieniem z dnia 6 czerwca 2019 r. sygn. akt: II OSK 166/18, zwrócił się do Trybunału Konstytucyjnego z pytaniem prawnym: „Czy ort. 37a ust. 9 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2018 r. poz. 1945 ze zm.), w zakresie w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale, o której mowa w art 37a ust. 1 powołanej ustawy, warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia wżycie, wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia, jest zgodny z art. 2, art. 21, art. 64 ust. 1 i 2 w zw. z art. 31 ust. 3 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. oraz z art. 1 Protokołu nr 1 do Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności z dnia 20 marca 1952 r. (Dz.U. z 1995 r. Nr 36, poz. 175 ze zm.).” Przy czym szczególnie należy podkreślić, że NSA w uzasadnieniu powyższego postanowienia zwrócił uwagę, że: „Generalną zasadą polskiego prawa zagospodarowania przestrzeni jest zatem trwałość udzielonych zgód budowlanych bez względu na późniejsze zmiany przeznaczenia*			

			planistycznego nieruchomości" Zasada ta powinna zostać również uwzględniona w przepisach uchwały krajobrazowej.] *Niezasadnym jest opieranie zapisów projektowanej Uchwały krajobrazowej o przepisy, których konstytucyjność budzi uzasadnione zastrzeżenia. Wadliwość projektowanych rozwiązań wiąże się z istotnym ryzykiem prawnym dla Miasta w sytuacji stwierdzenia niekonstytucyjności ww. przepisów.*			
5.	12.02.2021.	[*]	*Działając w imieniu spółki pod firmą LIDL Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Jankowicach, będącej przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą polegającą na prowadzeniu wolnostojących obiektów handlowo-usługowych, zgłaszamy następujące wnioski i uwagi do ww. projektu uchwały Rady Miasta Zakopane.* *Postulujemy o wprowadzenie dla wolnostojących obiektów handlowo-usługowych zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczających możliwość lokalizowania:* *1) szyldów na elewacji frontowej oraz jednej innej niż frontowa elewacji budynku, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza, w maksymalnej ilości 2 sztuk; szyldy mogą mieć postać logo przedsiębiorcy prowadzącego działalność gospodarczą w danym budynku, z uwzględnieniem kolorystyki stosowanej przez przedsiębiorcę, w szczególności w ramach prowadzonej działalności sieciowej wraz z możliwością podświetlenia; maksymalne wymiary szyldu to: do 2,5 metra wysokości oraz do 2,5 metra długości,* *2) pylonu reklamowego na nieruchomości, na której zlokalizowany jest wolnostojący obiekt handlowo-usługowy, w maksymalnej ilości 2 sztuk; maksymalne wymiaru pylonu to: do 7 metrów wysokości, do 2,5 metra długości oraz 0,5 metra szerokości; pylon może być jedno- lub dwustronny z możliwością podświetlenia;* *3) tablic reklamowych umieszczanych na elewacji parteru, w maksymalnej ilości 6 sztuk oraz maksymalnych wymiarach 2,4 metra wysokości oraz 4,4 metra długości; tablice reklamowe i urządzenia reklamowe winny być jednakowego rodzaju i jednakowych rozmiarów, wykonane z tego samego materiału i tą samą techniką;* *4) paneli reklamowych w postaci przeszklonej gabloty na elewacji parteru w ilości 2 sztuk, o maksymalnych wymiarach do 2 metrów wysokości, do 2,5 metra długości; panel reklamowy w postaci przeszklonej gabloty może być usytuowany na obiekcie budowlanym lub jako wolnostojący.* *Wnosimy o uwzględnienie zgłoszonych wniosków i uwag.*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 5 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

6.	12.02.2021.	[*]	*W związku z wyłożeniem w/w projektu uchwały do publicznego wglądu, jako firma specjalizująca się w realizacji murali – zarówno artystycznych, jak i komercyjnych – skupiliśmy się wyłącznie na zapisach warunkujących lokalizowanie malowideł i zgłaszamy następujące uwagi i wnioski.* *Uwaga ogólna:* *Wprowadzenie pojęcia muralu artystycznego sponsorowanego oraz dopuszczenie rozwiązań tego typu na elewacjach (lub powierzchniach) pozbawionych okien.* *Projekt uchwały nie reguluje możliwości lokalizowania murali/malowideł artystycznych, gdyż te jako nie będące tablicą/urządzeniem reklamowych nie podlegają jej regulacjom. Są to rozwiązania często o wysokich walorach artystycznych (przykładem np. mural na Teatrze Witkacego), które mogą stanowić ciekawe ożywienie elewacji. Rozwiązania tego typu, o ile nie występują w nadmiarze, wpływają pozytywnie na percepcję przestrzeni, zagospodarowując ślepe ściany szczytowe budynków. Niestety wysokie koszty zaprojektowania, wykonania i konserwacji malowidła (w szczególności, jeśli ma ono przestawiać wyższą wartość artystyczną), powodują, że przedsięwzięcia te muszą być zazwyczaj finansowane ze środków zewnętrznych, na zasadzie sponsoringu/mecenatu.* *Stąd sugerujemy dopuszczenie rozwiązania w postaci murali artystycznych sponsorowanych, jako formy twórczości niebędącej stricte tablica reklamową, natomiast zawierających adnotację o sponsorze (lub projektancie czy wykonawcy) przedsięwzięcia, ograniczoną do niewielkiej powierzchni malowidła. Mimo, iż zamieszczenie logo sponsora/fundatora nie jest klasyczną formą reklamy (co potwierdzają opinie prawników), to warto tego typu rozwiązanie uwzględnić w treści uchwały.* *nasza propozycja uzupełnienia zapisu w § 8. ust. 1:* *§ 8 .1. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych:* *4) na muralach artystycznych (malowidłach umieszczonych bezpośrednio na ścianie budynku lub budowli, nie promujących osób, przedsiębiorstw, towarów, usług, ani ruchów społecznych) umiejscowionych na ścianach budynków pozbawionych okien i elementów architektonicznych – w formie malowidła zawierającego treści lub znaki graficzne (również w formie informacji ze znakiem handlowym lub nazwą handlową) promujące sponsora, mecenasa lub wykonawcę przedsięwzięcia, gdzie powierzchnia ekspozycji tych treści jest ograniczona do 5% powierzchni ściany, nie więcej jednak niż 3m^2.* *korekta definicji panelu reklamowego*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 6 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały nie zawiera obecnie przepisów dotyczących murali. Projekt uchwały nie zawiera obecnie definicji panelu reklamowego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich znacznych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			Korekta definicji panelu reklamowego (§ 2. ust. 1 pkt. 12), tak aby nie dyskryminowała reklam wykonanych ręcznie technikami malarskimi, cechujących się zazwyczaj większą estetyką niż elementy wykonane z tworzywa sztucznego metodami przemysłowymi. *§ 2* *1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:* *12) panelu reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci płaskiej powierzchni z tworzywa sztucznego, wykonaną technikami malarskimi, gabloty lub wyświetlacza elektronicznego;*			
7.	15.02.2021.	Polskie Koleje Linowe S.A.	*Spółka Polskie Koleje Linowe przesyła uwagi oraz propozycje do przedstawionego projektu w/w uchwały.* *Zmiany definicji z § 2 w zakresie:* *3) dekoracji miejskiej – należy przez to rozumieć instalację dekoracyjną związaną z obchodami świąt, uroczystości lub wydarzeń, niemającą charakteru komercyjnego i nieniosącą treści reklamowych (z wyjątkiem ograniczonego oznaczenia – do 5% elementu dekoracji miejskiej jednak nie więcej niż 0,10 m^2, którego podmiotu, dotyczy przedmiotowy element dekoracji miejskiej np. logotyp; adres strony internetowej; hashtag)* *Rozszerzenie definicji z § 2 o pojęcia:* *1. „tablicy informacyjnej" – należy przez to rozumieć przedmiot materialny nie stanowiący tablicy reklamowej, przeznaczony lub służący ekspozycji wyłącznie treści informacyjnych bez elementów promocyjnych (z wyjątkiem ograniczonego oznaczenia – do 10% tablicy informacyjnej jednak nie więcej niż 0,15 m^2 , którego podmiotu dotyczy przedmiotowa tablica informacyjna np. logotyp; adres strony internetowej; hashtag; nazwa urządzenia; obiektu) wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji informacji, w szczególności, tablica dibondowa, baner, informację naklejaną na okna budynków i informacje umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy;* *2. „urządzeniu informacyjnym" – należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji informacji wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa,;* *3. „Ogrodzeniu bezpieczeństwa" – rozumie się przez to ogrodzenie niezbędne do zapewnienia bezpieczeństwa użytkowania terenu lub obiektu służące ochronie życia i zdrowia użytkowników, wniesione zgodnie z odpowiednimi przepisami.* *„System Informacji Polskich Kolei Linowych (PKL)", należy przez to rozumieć schemat informacyjny, stanowiący zatwierdzony przez*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 7 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Projekt uchwały nie zawiera obecnie definicji dekoracji miejskich. Natomiast nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Wprowadzenie do projektu uchwały definicji zgodnych z treścią uwagi byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wprowadzenie do projektu uchwały wszystkich wyłączeń stosowania jej przepisów zawartych w treści uwagi, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Elementy zabezpieczające niestanowiące ogrodzeń (jak materace) nie stanowią przedmiotu ustaleń projektu uchwały.

			zarząd PKL S.A. systemu nośników spójnych wizualnie w ramach danej kategorii, przekazujących informacje o ośrodku turystyczno narciarskim którego operatorem jest PKL S.A. w ramach struktury funkcjonalnej i przestrzennej miasta Zakopane, w szczególności: oznakowanie lokalizacji, kierunkowskazy, szlakowskazy, schematy komunikacyjne, mapy, plany, informacje o lokalizacji, informacje turystyczne, informacje historyczne, informacje o wydarzeniach, które mogą być uzupełnione treściami reklamowymi; (lub alternatywnie System informacyjny Ośrodków-Turystyczno Narciarskich) *Zmiana brzmienia § 3 poprzez dodanie zapisu w pkt. 4 oraz dodatkowych pkt* *Przepisów uchwały nie stosuje się do:* *1) słupów oświetlenia: dróg publicznych, dróg wewnętrznych, narciarskich tras zjazdowych, nartostrad, zorganizowanych terenów narciarskich, publicznie dostępnych obiektów sportowych – w zakresie objętym ustaleniami § 6;* *2) historycznych nazw własnych, tj. nazw nadanych historycznie w celu identyfikacji wizualnej obiektów w przestrzeni, o ile nie stanowią tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;* *3) dekoracji miejskich, o ile nie stanowią obiektu małej architektury, tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego lub ogrodzenia;* *4) elementów Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej i systemu informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego; Systemu Informacji Polskich Kolei Linowych (PKL) (lub zapis alternatywny Systemu informacyjnego Ośrodków-Turystyczno Narciarskich)* *5) tablic stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami prawa, w szczególności informujących o dotacjach, finansowaniu lub dofinansowaniu ze środków publicznych (Unii Europejskiej, Funduszy Norweskich, Funduszy EOG).* *6) tablic i urządzeń informacyjnych,* *7) ogrodzeń bezpieczeństwa,* *8) Urządzeń Transportu Linowego a zwłaszcza – tablic informacyjnych o zachowaniu przy korzystaniu z urządzeń; treści reklamowych / promocyjnych lokalizowanych na elementach Urządzeń Transportu Linowego np. krzesełkach; wagonach Kolei Linowych* *9) tablic i urządzeń kierunkujących ruch turystyczny na obszarach ośrodków turystyczno–narciarskich (zwłaszcza tablice przedstawiające kierunek dojść do obiektów stanowiących elementy ośrodka turystyczno-narciarskiego np. kierunek dojścia do zjeżdżalni grawitacyjnej; wyciągu narciarskiego; toalety; restauracji).* *10) pojazdów (zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych)* *11) elementów służących do zabezpieczania zorganizowanych terenów narciarskich – materace; fladry; siatki*			Wydłużenie czasu sytuowania reklam okolicznościowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego, w tym osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską. Projekt uchwały ustala łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach) na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni każdej witryny. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni t.r.i.u.r. na elewacji do 30% byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wydłużenie terminu dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą do 18 miesięcy od

			Zmiana brzmienia § 8 ust. 3. pkt 4 poprzez wydłużenie całkowitego czasu sytuowania reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich do 90 dni łącznie – chodzi przede wszystkim o długie festiwale np. cykl koncertów Hej Fest na Gubałówce które trwają ponad 2 miesiące *Zmiana brzmienia § 9 poprzez wykreślenie / zmianę zapisu w ust. 2 pkt. 2; 3; 6* *Doprecyzowanie pkt 2) w formie:* *b) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych,z wyjątkiem reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich, określonych w § 8 ust. 4 pkt 4;* *Doprecyzowanie pkt 3) w formie:* *c) emitującej obraz lub światło o zmiennej ekspresji, kolorystyce lub natężeniu (w szczególności telebimów i reklamy diodowej), w tym błyskowe, migające lub pulsujące, a także efekty stroboskopowe; za wyjątkiem wolnostojących urządzeń informacyjnych / reklamowych tzw. totemów o wysokości do 2 m i powierzchni ekranu nie większej niż 0,7 m^2* *Wykreślenie / zmiana pkt 6) na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską (ewentualnie dodanie zapisu „z wyjątkiem reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich, określonych w § 8 ust. 4 pkt 4")* *Zmiana brzmienia § 9 poprzez zmianę zapisu w ust. 3. na* *3. Ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym stanowiących szyldy, z wyłączeniem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych, sytuowanych na elewacji w obrębie kondygnacji parteru i sutereny, w tym w witrynach i drzwiach – na maks. 30% powierzchni elewacji w obrębie kondygnacji parteru i sutereny, w tym maks. 30% powierzchni witryny lub drzwi.* *Zmiana brzmienia § 11 poprzez:* *Skorygowanie zapisu do formy: Dopuszcza się sytuowanie maks. czterech szyldów dla każdego z podmiotów prowadzących działalność w danym obiekcie budowlanym (budynku; budowli; tymczasowym obiekcie budowlanym), na danym obszarze działki.* *Zmiana brzmienia § 12 poprzez zmianę w ust. 7; 8; 9* *Poprzez skorygowanie sformułowania „na nieruchomości" na sformułowanie „w obszarze obiektu – budynku; budowli; tymczasowego obiektu budowlanego" – chodzi o to że niejednokrotnie na jednej nieruchomości prowadzonych jest kilka niezależnych lokali hotelowych lub gastronomicznych; przy obecnych zapisach mógł by się znaleźć tylko jeden szyld dla danej nieruchomości a nie obiektu np. kilka restauracji w obszarze górnej stacji Gubałówki mogło by*			dnia wejścia w życie uchwały, skutkowałoby dłuższym pogarszaniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Termin 12 miesięcy stanowi uwzględnienie uwagi nr 6 wniesionej na etapie czwartego wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Przyjęcie proponowanego brzmienia ustaleń byłoby sprzeczne z ww. założeniami. Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego nie jest aktem prawa miejscowego i ma charakter ogólny dla obszaru całej gminy. Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego jest aktem prawa miejscowego i ma charakter szczegółowy, w związku z tym może stanowić dobrą podstawę dla innych aktów prawa miejscowego. Dodatkowo Studium przestanie obowiązywać w 2026 r. z mocy ustawy. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			prezentować tylko jeden szyld przedstawiający menu niezaleznie od jego lokalizacji czy będzie na ścianie czy wolnostojący *Zmiana brzmienia § 12 poprzez dodanie ust. 10 w brzmieniu:* *10) na nieruchomości, na której prowadzona jest działalność w zakresie kolei linowych:* *a) maksymalnie 1 telebim zawierający informację na temat; zasad korzystania z kolei, warunków pogodowych, turystycznych i narciarskich , widoku z kamer.* *b) wolnostojących Infokiosków zawierający informację ; zasad korzystania z kolei, cenników, warunków pogodowych, turystycznych i narciarskich, widoku z kamer.* (...) *Zmiana brzmienia § 15 ust. 2 poprzez dodanie zapisu w sprawie możliwości umieszczenia na tymczasowym ogrodzeniu placu budowy informacji na temat realizacji przedmiotowej inwestycji. np. slogan zmieniamy się dla Ciebie wraz z wizualizacją oraz oznaczeniem inwestora. Taki element poprawi ogólne wrażenie turystów którzy mogą być zniesmaczeni prowadzonymi pracami budowlanymi; zaprezentowanie w atrakcyjny sposób tego co powstaje pozwoli zminimalizować negatywny odbiór i zachęcić do odwiedzenia obiektu w przyszłości.* *Zmiana brzmienia § 17 poprzez* *zmianę ust. 1 poprzez wydłużenie terminu dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 18 zamiast 12 miesięcy* *oraz* *dopisanie w pkt. 3 b) ogrodzeń usytuowanych na terenach zabudowy w obowiązujących MPZP, a w przypadku ich braku na terenach zabudowy w obowiązującym Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego.* *Ponadto wnioskujemy również aby w wymaganiach materiałowych co do wykonywania elementów będących przedmiotem „Uchwały Krajobrazowej" (a zwłaszcza elementy małej architektury i ogrodzenia) dopuścić również elementy imitujące materiały o których mowa np. deski kompozytowe; laminaty HPL; dibond itd. – analogicznie jak dopuszcza się w MPZP pokrycia imitujące gont.*			
8.	15.02.2021.	[*]	*[*] działka obejmuje wierzchołek Antałówki. W Miejscowym Planie Zagospodarowania Przestrzennego Antałówka – Koziniec ustalono na [*] działce punkt widokowy jak również wprowadzono w odniesieniu do tego terenu zakaz budowy ogrodzeń. Skutkiem tego moja własność jest permanentnie naruszana przez nieuprawnione osoby, które wchodzą na nią, wjeżdżają pojazdami mechanicznymi (samochodami, motocyklami, quadami) i pojazdami konnymi, O ile samo naruszanie własności w zakresie przechodzenia nie stanowi dla*	Działka nr ewid. 29/3 obręb 12 w Zakopanem	**Uwaga nr 8 – nieuwzględniona**.	W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie zawiera nakazu zapewnienia przejść lub przepustów umożliwiających migrację zwierząt, jako nieprecyzyjnego – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa. Natomiast ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie

			mnie wielkiej uciążliwości to taką uciążliwość stanowią skutki jakie są następstwem tego. Otóż „turyści" wchodzą na moją działkę, wycinają na niej drzewa i krzewy, rozpalają ogniska, pozostawiają śmieci, pojazdami mechanicznymi i powozami konnymi rozjeżdżają jej nawierzchnię. Letnimi nocami urządzane są tam głośne libacje, które zakłócają mi spokój, bo mieszkam w nieopodal położonym domu. W czasie ostatnich dwukrotnych pucharowych zawodów w skokach narciarskich oraz podczas ostatniego sylwestra na moim terenie zgromadziły się setki ludzi, kilkadziesiąt różnych pojazdów konnych i mechanicznych, palono ogniska, odpalano race, ale przede wszystkim pozostawiono tam sterty śmieci, rozbitych butelek po napojach alkoholowych, rozjeżdżoną i wypaloną powierzchnię gruntu, który jest przecież gruntem uprawnym (pastwiskiem). *Kiedy udałam się na miejsce i zaczęłam zwracać uwagę hordom pijanych „turystów", woźnicom zaprzęgów konnych, kierowcom pojazdów, aby nie naruszali mojej własności to nie dość, że nie zastosowali się do mego wezwania, ale mnie zwyzywali od najgorszych a co bardziej krewcy zaczęli we mnie rzucać śnieżkami. Jeden z fiakrów wprost mi powiedział, że to jest miejska trasa widokowa i g... ma do gadania. On tu jeździł z turystami i tak będzie dalej.* *Aby utrzymać moją własność w odpowiednim stanie zmuszona jestem do cotygodniowego porządkowania mojej działki, zbierania i wywożenia ogromnych ilości śmieci, co generuje bardzo wysokie koszty. Nie mogę zabezpieczyć swojej nieruchomości przed takimi działaniami, bo przepisy uniemożliwiają mi wybudowanie ogrodzenia. Tym samym za sprawą Władz Miasta jestem zmuszona do bycia sprzątaczką, do znoszenia niedogodności, do tolerowania niszczenia mojej własności.* *Władze Miasta uchwalając w/w plan nie wzięły pod uwagę wszystkich komplikacji, jakie przyniesie ustanowienie na mojej działce punktu widokowego i wprowadzenia zakazu ogradzania nieruchomości. Skutki ich krótkowzroczności obciążają teraz mnie.* *Wielokrotnie bezskutecznie interweniowałam u Władz Miasta w poruszonej przeze mnie sprawie, ale jak dotąd ów problem nie został nawet w najmniejszym stopniu zmniejszony.* *Dla umożliwienia mi ochrony mojej własności przed opisanymi wyżej działaniami osób trzecich konieczne jest zatem jej ogrodzenie, co możliwe będzie w przypadku wyeliminowania w odniesieniu do niej powoływanych przepisów § 15 ust. 1 i ust. 2 oraz § 16 ust. 4 projektu wskazanej na wstępie uchwały* *Jednocześnie zapytuję Pana Burmistrza czy widzi możliwość zrekompensowania mi szkód, jakie przyniesie nieprzemyślana decyzja Władz Miasta co do wyznaczenia w mpzp na mojej działce punktu widokowego, w tym zwrotu nakładów na sprzątanie*		ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Przyjęcie proponowanego brzmienia ustaleń, dopuszczenie grodzenia otwartych terenów zielonych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni oraz degradacją ładu przestrzennego. Ustalenia projektu uchwały w zakresie grodzenia terenu w przedmiotowym przypadku praktycznie niewiele różnią się od ustaleń obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego w tym zakresie, w którym dla terenów rolnych obowiązuje zakaz realizacji ogrodzeń (z wyjątkiem związanych z koszarowaniem owiec oraz zabudową w istniejących siedliskach). Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			nieruchomości, usuwanie nieczystości, odszkodowania za zniszczony drzewostan i nawierzchnię działki)? Jak wyżej wskazałam koszty te są znaczne i nie widzę podstaw ku temu, bym to ja była nimi obciążana. Załączniki: fotografie przedstawiające stan nieruchomości.			
9.	15.02.2021.	Towarzystwo Opieki nad Zabytkami Oddział Podhalański im. Stanisława Witkiewicza w Zakopanem	<u>*Uwagi ogólne*</u>*:* *(...)* *Powinno się przewidzieć przypadki szczególne; z jednej strony ze względu na ciągle powstające nowe nośniki reklamowe, z drugiej, na dobro reklamodawcy, w których o formie reklamy decydować będzie specjalnie powołana komisja z udziałem Miejskiego Konserwatora Zbytków.* *Ze względu na zróżnicowany charakter Zakopanego wydaje się konieczne wyodrębnienie kilku stref, w których obowiązywałaby odrębne przepisy dotyczące umieszczania reklam.* *I tak:* *Strefa zabytkowego centrum: Zakopane, mimo obowiązujących stref konserwatorskich, nadal nie jest należycie chronione przed ekspansją reklam. I tu konieczne jest zastosowanie przepisów szczególnie restrykcyjnych, włącznie z całkowitym zakazem umieszczania reklam. Do Strefy zabytkowego centrum zaliczone powinny zostać ulice: Krupówki, Grunwaldzka, Park Miejski, Kościeliska, Kasprusie, Strążyska, Sienkiewicza, Zamoyskiego z przedłużeniem Chałubińskiego do Ronda, Witkiewicza oraz górna stacja kolejki na Gubałówkę i Kuźnice.* *Strefa o szczególnych walorach widokowych: Ład widokowy jest niezwykle cennym dobrem naszego miasta. Postęp zaśmiecania go nadmiarem reklam i reklamową prowizorką oraz obiektami małej architektury, które stały się jednocześnie miejscami prowizorycznych biznesików i reklamami (np. punkty sprzedające jednodniowe wycieczki, wypożyczalnie, automaty zręcznościowe itp.) zaczynają być prawdziwą zmorą. Dlatego niezwykle ważne jest, by zniknęły na zawsze z miejsc uznawanych od lat za wyjątkowe.* *Do Strefy o szczególnych walorach widokowych zaliczone powinny być: Równia Krupowa, szczyt Gubałówki, ul. Zubka, ulica Ks. Stolarczyka – Lipki, ul. Piłsudskiego i Br. Czecha – rejon skoczni, Bystre i ul. Balzera, Bachledzki Wierch – Droga Homolacka, Koziniec, Antałówka, ul. Broniewskiego, Małe Żywczańskie, zakończenie ul. Strążyskiej – od ul. Bogdańskiego, ul. Regle, ul. Bogdańskiego, Dr. do Białego.* *Strefa rekreacyjno-sportowa. Uprawianie sportu i rekreacja wymagają szczególnych warunków reklamowo-informacyjnych. W tych miejscach powinny mieć zastosowanie odrębne niż w całym mieście przepisy.*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 9 – nieuwzględniona**.	Zgodnie z art. 37a ustawy o p.i.z.p. zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. rozstrzyga wyłącznie rada gminy, podejmując stosowną uchwałę. Projekt uchwały był wielokrotnie analizowany pod kątem podziału Gminy Miasto Zakopane na strefy wyodrębnione w załączniku graficznym. Znacznie skomplikowałoby to czytelność przepisów uchwały i prowadziłoby do szeregu wątpliwości odnośnie przyjętego podziału, a przecież cały obszar Zakopanego posiada unikatowe walory krajobrazowe, które wymagają ochrony. Dodatkowo różne obszary i strefy przenikają się wzajemnie. Natomiast podział został wprowadzony poprzez ustalenia tekstowe. Projekt uchwały przewiduje różne regulacje dla różnych obszarów, terenów i budynków, wyodrębnionych i zróżnicowanych w tekście. Dla obszarów dotychczas zaniedbanych pewne zrównanie zasad stanowić będzie pierwszy krok w stronę ich rewitalizacji. Dla obszarów o szczególnych walorach będą obowiązywać dodatkowe ustalenia, jak np. zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską, a także przepisy odrębne, jak np. uchwała w sprawie utworzenia parku kulturowego, czy przepisy Tatrzańskiego Parku Narodowego. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich rozróżnienie w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, o ile są one określone w sposób jednoznaczny (por. art. 37a ust. 6 ustawy o p.i.z.p.). Przy czym rozróżnienie w tekście nie skutkuje koniecznością zmiany uchwały w przypadku pojawienia się nowych terenów określonego rodzaju, co byłoby konieczne przy ich rozróżnieniu w załączniku graficznym. Zgłaszający uwagę nie podał celu wprowadzenia proponowanych terminów do definicji ustalonych

			Do Strefy tej zaliczone powinny być: tereny TPN, PKL i trasy narciarskie, tereny COS-u – stadionu i skoczni, okolice boisk sportowych, kąpielisk, Aquaparku. *<u>Uwagi szczegółowe</u>* *– do przepisów ogólnych, do słowniczka, wprowadzić terminy: witryna meblowa, mural, pylon, totem i neon wraz ze stosownymi następnie przepisami.* *– do § 1* *Konieczne jest dodanie punktu o ustaleniu stref obowiązywania przepisów szczegółowych.* *– do § 6 pkt.2.4* *pozostałe obiekty małej architektury;* *Wskazane byłoby takie skonstruowanie przepisów, by uniemożliwić stawianie wszelkiego rodzaju prowizorycznych wiat, miniszałasików, pomostów, budek, przerobionych wagonów, przyczep itp. na terenie całego miasta;* *(...)* *– do § 8 pkt 3* *Na przystankach komunikacji powinny znajdować się maksymalnie dwie reklamy*			projektem uchwały, ani nie podał propozycji „stosownych przepisów" do wprowadzenia w projekcie uchwały. Projekt uchwały zawiera konieczne definicje i przepisy. Zgodnie z § 1 ust. 4 projektu uchwały, ustalenia uchwały obejmują: przepisy ogólne zawarte w dziale I, przepisy szczegółowe zawarte w dziale II, przepisy dostosowujące zawarte w dziale III i przepisy końcowe zawarte w dziale IV. Projekt uchwały nie przewiduje podziału Gminy Miasta Zakopane na „strefy obowiązywania przepisów szczegółowych", stąd dodanie proponowanego zapisu byłoby bezzasadne. Natomiast projekt uchwały ustala zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., obiektów małej architektury oraz ogrodzeń m.in. dla różnych kategorii terenów. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. pozwala radzie gminy na ustalenie w formie uchwały zasad i warunków sytuowania wyłącznie obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. oraz ogrodzeń. Wymienione w uwadze obiekty (wiaty, miniszałasiki, pomosty, budki, przerobione wagony, przyczepy) generalnie nie należą do żadnej z tych kategorii, zatem nie mogą stanowić przedmiotu ustaleń uchwały. Uchwała nie może określać liczby t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów. Natomiast projekt uchwały ogranicza łączną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. na jednej wiacie przystankowej do maks. 4 m^2.
UWAGI ZGŁOSZONE DO PROJEKTU UCHWAŁY WYŁOŻONEGO PO RAZ DRUGI DO PUBLICZNEGO WGLĄDU (wyłożenie w dniach od 21 stycznia 2022 r. do 18 lutego 2022 r., wnoszenie uwag do dnia 4 marca 2022 r.)						
10.	03.03.2022.	[*]	*Działając w imieniu McDonald's Polska Sp. z o.o.* (...) *wnoszę o uwzględnienie poniższych uwag w zakresie istniejących w Zakopanem przy ul. Krupówki 26 i ul. Ustup 1B restauracji McDonald's.* *Przede wszystkim wskazać należy, że zabudowa nieruchomości w reklamy (w tym szyldy) umieszczone na pylonie i elewacjach budynków w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie*	Ul. Krupówki 26 i ul. Ustup 1B (restauracje McDonald's).	**Uwaga nr 10 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności ani swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do

			chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego. W oparciu o powyższe, wnoszę o dodanie do uchwały postanowienia stanowiącego, że „nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale nośniki i urządzenia reklamowe, w tym szyldy istniejące w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej, zrealizowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia, do którego nie zostały wniesione zastrzeżenia." *Ponadto wnoszę o naniesienie do projektu następujących zmian:* *I.* *§ 2 ust. 1 pkt. 23) nadać następujące brzmienie:* *„polu szyldowym – należy przez to rozumieć strefę parteru powyżej wyobrażonej linii wyznaczonej przez górne krawędzie witryn;* ***jeżeli górna krawędź witryn ma charakter linii łamanej, dolna granica pola szyldowego ma również formę linii łamanej.****"* *II.* *§ 2 ust. 1 pkt. 31) nadać następujące brzmienie:* *„strefie parteru – należy przez to rozumieć dolną część elewacji, ograniczoną od góry wyobrażoną linią oddzielającą parter od wyższej kondygnacji, wyznaczoną przez dolną krawędź elementu architektonicznego (w tym detalu architektonicznego) oddzielającego wizualnie kondygnacje, a w przypadku braku takiego elementu – dolną krawędź najniższej położonego elementu architektonicznego wyższej kondygnacji (jak otwór okienny lub wejściowy, płyta balkonowa), z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów; w przypadku obiektów nieposiadających na elewacji żadnych elementów wyróżniających kolejne kondygnacje – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź kondygnacji parteru; w przypadku obiektów parterowych – górną granicę strefy parteru wyznacza górna krawędź elewacji;* ***w przypadku, gdy górna granica strefy parteru może zostać wyznaczona w oparciu o różne elementy architektoniczne, za górną granicę strefy parteru uznaje się linię wyższą.****"* *(...)* *III.* *§ 9 ust. 3 pkt. 1) nadać następujące brzmienie:* *„Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na wyposażeniu ogródków gastronomicznych:* *1) płasko na lambrekinach ich zadaszeń (w tym parasoli) – przy ograniczeniu ich liczby do maks. jednej tablicy na każdym lambrekinie każdego zadaszenia* ***i czterech tablic na każdym parasolu****, o gabarytach:*			wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Projekt uchwały zawiera definicje w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Zgodnie z § 6 ust. 3 pkt 1 projektu uchwały, dla szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych w polu szyldowym, nakazuje się ich sytuowanie w ramach poziomego rzędu, z wyrównaniem do jednej wyobrażonej poziomej linii prostej. W związku z tym zmiana definicji pola szyldowego nie jest zasadna. Nie jest intencją projektu uchwały powiększanie strefy parteru w górę, czym niekiedy skutkowałaby postulowana zmiana, a co skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru

			a) szerokość maks. 1 m, *b) wysokość maks. **1 m**,* *powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. **1 m²**;"* *IV.* *§ 9 ust. 4 nadać następujące brzmienie:* *„w formie wolnostojącej – przy ograniczeniu ich liczby do maks. **czterech** kierunkowskazów reklamowych na jednej nieruchomości, jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach:* *a) szerokość maks. 1,25 m,* *b) wysokość:* *– maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. **0,7 m**,* *– dla formy zbiorczej maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2,5 m,* *c) grubość (głębokość) maks. 25 cm,* *d) powierzchnia ekspozycji reklamy:* *– maks. **0,7 m²** po każdej stronie,* *dla formy zbiorczej maks. 2,5 m² po każdej stronie, w tym maks. 0,5 m² dla jednego obiektu lub terenu po każdej stronie."* *V.* *§ 12 ust. 2 pkt. 1 lit. c) nadać następujące brzmienie:* *„Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach w strefie parteru, prostopadle do elewacji – przy ograniczeniu ich liczby na jednej elewacji do maks. jednego szyldu dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości:* *1) na ścianach w polu szyldowym:* *c) gabaryty:* *– szerokość maks. 1 m,* *– wysokość maks. **0,6 m**,* *– grubość (głębokość) maks. 25 cm,* *powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 0,5 m² po każdej stronie;"* *VI.* *§ 12 ust. 10 pkt 1) lit. b) nadać następujące brzmienie:* *„Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów w formie wolnostojącej – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch szyldów na jednej nieruchomości oraz dodatkowo maks. trzech szyldów w postaci masztów flagowych lub winderów na jednej nieruchomości:* *1) na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw lub restauracja o powierzchni użytkowej min. 250 m² umożliwiająca zakup bezpośrednio z samochodu, lub budynek użyteczności publicznej pełniący funkcję handlową o powierzchni*			przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznej liczby i gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Teza zawarta w wyroku NSA w Warszawie z dnia 21 września 2021 r. II OSK 1005/21, zgodnie z którą użyty w art. 37a ust. 1 ustawy o p.i.z.p. zwrot „zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. oraz ogrodzeń" nie obejmuje upoważnienia do określenia liczby .i.u.r. niestanowiących szyldów, stanowiła nową linię orzeczniczą w tym zakresie. W związku z tym z projektu uchwały usunięte zostały ustalenia dotyczące maksymalnej liczby t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów. Zgodnie z art. 2 pkt 16d ustawy o p.i.z.p., przez szyld należy rozumieć tablicę lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica lub urządzenie reklamowe się znajdują, a nie na innej nieruchomości, choćby funkcjonalnie z nią związanej. Intencją projektu uchwały jest, by szyldy w polu szyldowym były sytuowane w ramach poziomego rzędu, z wyrównaniem do jednej wyobrażonej poziomej linii prostej. Przy czym taka konstrukcja przepisu nie przesądza o liczbie wierszy znaków w ramach jednego szyldu. Natomiast nie jest intencją projektu uchwały zwiększanie liczby rzędów szyldów w polu szyldowym, co skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów

			*sprzedaży min. 1000 m^2**, oraz nieruchomościach funkcjonalnie z nimi powiązanymi**:* *a) jednostronne lub wielostronne,* *b) gabaryty:* *– szerokość maks. **5 m**,* *– wysokość maks. **15 m**,* *– grubość (głębokość) maks. **0,7 m**,* *powierzchnia ekspozycji reklamy maks. **24 m^2** po każdej stronie i maks. **48 m^2** łącznie;"* *VII.* *§ 12 ust. 11 pkt. 1 nadać następujące brzmienie:* *„płasko na lambrekinach ich zadaszeń (w tym parasoli) – przy ograniczeniu ich liczby do maks. jednego szyldu na każdym lambrekinie każdego zadaszenia **i czterech szyldów na każdym parasolu**, o gabarytach:* *a) szerokość maks. 1 m,* *b) wysokość maks. **1 m**,* *powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. **1 m^2**;"* *VIII.* *wykreślić § 13 ust. 5 pkt. 3), a w przypadku braku takiej możliwości – nadać mu następujące brzmienie:* *„dla sytuowanych w polu szyldowym – ich sytuowanie w ramach **poziomych rzędów w liczbie nie większej niż dwa, wypoziomowanych według** jednej wyobrażonej poziomej linii."* *IX.* *w § 15 po pkt. 3) dodać pkt. 4) w brzmieniu:* *„urządzeń i tablic istniejących w dniu wejścia w życie uchwały, zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale".* *X.* *Ponadto, proszę o uwzględnienie w projekcie uchwały sposobu prowadzenia przez spółkę McDonald's usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie drive thru, 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. linii drive'a. 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*			małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Projekt uchwały uwzględnia sposób prowadzenia przez spółkę McDonald's usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie *drive thru*. Ze względu na funkcję, specyfikę i charakter terenów restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu (kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu) zostały dla nich dopuszczone większe gabaryty szyldów w formie wolnostojącej. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			gdy zainteresowana osoba obsługiwana jest bez wychodzenia z samochodu.			
11.	04.03.2022.	Ogólnopolska Izba Gospodarcza Reklamy Wielkoformatowej	*Działając w imieniu Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Reklamy Wielkoformatowej (dalej: Izba), z siedzibą w Warszawie (...) przedkładam stanowisko Izby co do w/w projektu.* *(...)* ***I. Relacja regulacji w projekcie uchwały do zasad konstytucyjnych.*** *W procesie prac nad przygotowaniem uchwały szczególna uwaga powinna zostać zdaniem Izby poświęcona kwestiom zasadniczym z punktu widzenia obowiązującego w Rzeczypospolitej Polskiej porządku prawnego, a szczególnie zasadom mającym źródło w Konstytucji RP:* ***1. ochrony prawa własności,*** ***2. ochrony praw nabytych,*** ***3. niedziałania prawa wstecz.*** ***Obecny kształt zapisów ustawy krajobrazowej nie zapewnia w stopniu należytym realizacji tych zasad. W związku z powyższym Izba podjęła decyzję o skierowaniu do Trybunału Konstytucyjnego wniosku o zbadanie zgodności z Konstytucją RP przepisów wprowadzonych przez ustawę krajobrazową do ustawy z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. z 2016 r. poz. 778 ze zm.), a stanowiących podstawę do opracowywania i przyjmowania uchwał krajobrazowych. Wniosek powyższy obecnie oczekuje na rozpatrzenie przez Trybunał Konstytucyjny.*** *Mając na uwadze powyższe w ocenie Izby na etapie przygotowania zapisów uchwały krajobrazowej powinny w szczególności być wzięte pod uwagę następujące uwarunkowania.* ***1. Ochrona prawa własności.*** *Jedną z naczelnych zasad polskiego porządku prawnego jest ochrona własności. Zasada ta potwierdzona została w Konstytucji RP, której art. 21 ust. 1 stanowi, że własność jest prawem chronionym przez Rzeczpospolitą Polską. Powyższe zostało rozwinięte w art. 64 ust. 2 Konstytucji RP, zgodnie z którym prawo własności podlega ochronie prawnej.* *Biorąc pod uwagę obecne brzmienie uchwały właściciele nieruchomości będą zobowiązani do zastosowania się do jej zapisów, zarówno co do zasad, jak i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W wielu wypadach będzie to równoznaczne z zakazem sytuowania w obrębie nieruchomości jakichkolwiek tablic i urządzeń reklamowych, za wyjątkiem szyldów, w innych zaś z możliwością sytuowania jedynie niektórych ich rodzajów dopuszczonych w uchwale, lub też takich, które będą spełniały wymogi z niej wynikające.*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 11 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Likwidacja nośników reklamowych najbardziej ingerujących w przestrzeń, w tym m.in. wielkoformatowych i na budynkach powyżej parteru (prócz pojedynczych szyldów, np. nazwy budynku, głównej działalności prowadzonej w budynku), stanowi jedno z głównych założeń uchwały krajobrazowej, ustalonych na etapie przystąpienia do sporządzenia jej projektu.

			Właściciele nieruchomości zostaną więc poważnie ograniczeni w prawie decydowania o przeznaczeniu stanowiących ich własność nieruchomości, korzystania z nich i pobierania z nich pożytków na drodze odpłatnego udostępniania nieruchomości na cele reklamowe. ***Dotyczy to różnej kategorii właścicieli – począwszy od wspólnot mieszkaniowych, dla których dochody uzyskiwane z reklam stanowią istotne źródło środków finansowych, z których następnie mogą być pokrywane koszty dokonywania koniecznych remontów nieruchomości, jak też prywatnych właścicieli nieruchomości, dla których dochody z umieszczonych na tych nieruchomościach reklam stanowią ważny składnik domowych budżetów.*** ***2. <u>Ochrona praw nabytych.</u>*** *Jednym z konsekwentnie krytykowanych przez Izbę aspektów wprowadzonych przez ustawę krajobrazową regulacji, jest faktyczne zrównanie sytuacji tych podmiotów – zarówno przedsiębiorców, jak i właścicieli nieruchomości- które umieszczały tablice i urządzenia reklamowe w pełni zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (w tym po dokonaniu wymaganych zgłoszeń i uzyskaniu stosownych pozwoleń) z tymi, które dokonały tego z pominięciem wyżej wskazanych procedur, a więc nielegalnie.* ***Zgodnie z obecnymi regulacjami prawnymi obie powyższe kategorie podmiotów będą na równi zobowiązane do dostosowania stanowiących ich własność tablic i urządzeń reklamowych do wymogów stawianych przez uchwały krajobrazowe.*** *W przeważającej liczbie wypadków owo dostosowanie nie będzie mogło nastąpić w inny sposób, jak tylko przez usunięcie danej tablicy lub urządzenia reklamowego. Jednocześnie warto nadmienić, że nie więcej niż 10 % reklam wielkoformatowych sytuowanych na elewacjach budynków w Zakopanem to reklamy legalne, wykonane zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa budowlanego.* ***<u>Rozwiązanie takie pozostaje w rozbieżności z konstytucyjną zasadą ochrony praw nabytych, wywodzoną z kolei z zasady demokratycznego państwa prawnego określonej w art. 2 Konstytucji RP.</u>*** *Podkreślenia bowiem wymaga, że podmioty które zgodnie z przepisami prawa sytuowały tablice i urządzenia reklamowe czyniły to w wielu wypadkach na skutek ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę lub też w wyniku skutecznie dokonanych zgłoszeń do organów administracji architektoniczno - budowlanej. Zgodność z prawem powyższych działań potwierdzona została więc albo w formie władczego rozstrzygnięcia właściwego organu na drodze decyzji administracyjnej, bądź brakiem sprzeciwu właściwego organu w przewidzianym przez ustawę terminie.* ***Z rozstrzygnięciami tymi wiążą się określone uprawnienia, które nie powinny być następnie przez organy państwa arbitralnie kwestionowane i negowane.*** *<u>Skoro dany podmiot nabył już prawo do umieszczenia w określonej w decyzji lub zgłoszeniu lokalizacji tablicy reklamowej lub urządzenia</u>*			Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznych ich gabarytów (wielkoformatowe siatki reklamowe, murale), byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Projekt uchwały nie ingeruje w treść reklam. Projekt uchwały nie zawiera obecnie przepisów dotyczących murali. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym tak znacznych ich gabarytów (wielkoformatowe siatki reklamowe, murale), byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			reklamowego, to prawo takie – jako słusznie nabyte powinno być szanowane i uwzględniane w przyszłych działaniach oraz decyzjach uprawnionych do tego organów, w tym szczególnie na etapie projektowania i wdrażania aktów prawa miejscowego. ***Z powyższym również wiąże się postulat pewności prawa i zaufania do organów Państwa, gdzie każdy podmiot prawa winien mieć pewność, że uzyskane przez niego uprawnienie nie zostanie następnie zakwestionowane.*** *Nie można więc w tym miejscu pominąć również aspektu ekonomicznego wprowadzanych regulacji. Przedsiębiorcy z branży reklamowej na podstawie uzyskiwanych pozytywnych rozstrzygnięć właściwych organów i w zaufaniu do nich podejmowali częstokroć decyzje o długofalowych, a także poważnych dla nich konsekwencjach ekonomicznych (np. o poniesieniu kosztów budowy i lokalizacji tablic reklamowych czy urządzeń reklamowych), podpisywane były również często długookresowe umowy na udostępnianie powierzchni reklamowych.* ***Brak poszanowania praw nabytych na podstawie wyżej wspominanych rozstrzygnięć będzie równoznaczny z brakiem możliwości wywiązania się z podjętych zobowiązań i odzyskania zainwestowanych środków, co będzie powodowało w bardzo wielu wypadkach poważne negatywne konsekwencje dla tych przedsiębiorców oraz zatrudnionych u nich pracowników.*** ***Przy czym nie łagodzi zdaniem Izby powyższego proponowane wprowadzenie w uchwale okresu 3 lat na dostosowanie „zalegalizowanych" tablic i urządzeń reklamowych, a wskazanie w uchwale okresu 18 miesięcy na dostosowanie „nielegalnych" tablic i urządzeń reklamowych tylko ten fakt potwierdza.*** ***W ocenie Izby optymalnym rozwiązaniem byłoby więc uwzględnienie w uchwale uprawnień wynikających z wydanych przed jej wejściem w życie ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę lub skutecznie dokonanych zgłoszeń robót budowlanych, wydanych bezterminowo.*** *Jednocześnie skutki wprowadzenia uchwały w obecnym brzmieniu dla podmiotów posiadających legalne nośniki reklamowe będą polegały na konieczności ich znaczących modyfikacji lub usunięcia, co skutkowało będzie poniesieniem przez te podmioty dodatkowych wysokich kosztów z tym związanych (koszt likwidacji jednego nośnika to około 10 tys. zł) oraz utratą korzyści związanych z ekspozycją reklamy.* ***W związku z powyższym jednoznacznie negatywnie należy ocenić obecne rozwiązanie, w którym brak jest jakiegokolwiek mechanizmu odszkodowawczego dla przedsiębiorców, którzy zmuszeni będą do poniesienia konsekwencji wejścia uchwały w życie.*** *Skutki ekonomiczne wprowadzenia regulacji prawnej przerzucone zostaną więc w całości na działających zgodnie z przepisami prawa przedsiębiorców.* ***3. Zasada niedziałania prawa wstecz.***			

			Obecne przepisy ustawy krajobrazowej stoją w oczywistej sprzeczności z jedną podstawowych zasad porządku prawnego, jaką jest niedziałanie prawa wstecz. *Wprowadzenie obowiązku dostosowania legalnie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwał krajobrazowych będzie równoznaczne z ponowną oceną stanów faktycznych, które zaistniały przed wejściem danej uchwały krajobrazowej w życie, pod kątem przepisów, które weszły w życie znacznie później, niż w okresie, kiedy te stany faktyczne miały miejsce.* ***Przepisy uchwał krajobrazowych będą więc stosowane wstecz pod kątem oceny legalności tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych w sposób zgodny z przepisami i wymogami prawa obowiązującymi w czasie ich umieszczania, co uznać należy za niedopuszczalne odstępstwo od zasady niedziałania prawa wstecz.*** *W przedmiocie tej zasady jednoznacznie wypowiedział się Naczelny Sąd Administracyjny w Uchwale Składu Siedmiu Sędziów NSA z dnia 10 kwietnia 2006 roku, sygn. I OPS 1/06: „Zasada niedziałania prawa wstecz, chociaż nie została wprost wyrażona w Konstytucji, stanowi w państwie podstawową zasadę porządku prawnego, opartego na założeniu, że* ***"każdy przepis normuje przyszłość, nie zaś przeszłość"****.* ***W pełni prawidłowym byłoby więc jedynie takie rozwiązanie zgodnie z którym zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych określane w uchwale krajobrazowej odnosiły się będą do tablic i urządzeń sytuowanych po dniu wejścia w życie wspomnianej uchwały, bez ingerencji w zdarzenia oraz związane nimi konsekwencje prawne, które miały miejsce przed wejściem tego aktu prawa miejscowego w życie.*** ***II. Uwagi szczegółowe do projektu uchwały*** *(...)* ***2. Zakaz co do zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie siatek reklamowych.*** *Zapisy projektu wprowadzają co do zasady ogólny zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów reklamowych i siatek reklamowych, dopuszczając umieszczanie ich jedynie w określonych w uchwale wyjątkach.* *Co do zasady za słuszne należy uznać rozwiązanie dopuszczające umieszczanie reklam na rusztowaniach budowlanych na czas wykonywania remontu na elewacjach. Warto podkreślić- co Izba czyniła wielokrotnie przy różnych okazjach- że umieszczanie reklam na remontowanych budynkach z jednej strony umożliwia pozyskiwanie przez właścicieli budynków dodatkowego źródła finansowania dokonywanych remontów, z drugiej - w dalszej perspektywie znacząco przyczynia się do poprawy wyglądu wielu budynków na terenie Miasta. Przychód z reklamy jest bowiem w wielu przypadkach podstawowym źródłem finansowania remontu. W dalszej			

			perspektywie przekłada się to natomiast na korzyść nie tylko właściciela budynku, ale także Miasta. *Odnosząc się do braku regulacji, a tym samym niedopuszczeniu w uchwale, umieszczania reklamy na rusztowaniach, Izba stoi na stanowisku, że takie rozwiązanie w uchwale jest niezrozumiałe i niedopuszczalne. Zakaz stosowania reklamy umieszczanej na rusztowaniu, na czas remontu spowoduje brak korzyści z jej umieszczenia dla właściciela budynku, a więc uzyskania środków z reklamy, które mogłyby zostać przeznaczone na remont budynku- co jest szczególnie istotne w przypadku budynków zabytkowych. Brak dopuszczenia powierzchni na siatce, która będzie mogła być przeznaczona pod reklamę spowoduje, że reklamodawcy nie będą zainteresowani ekspozycją reklamy w tak ograniczonym wymiarze, co uczyni możliwość sytuowania takich nośników na obiektach zabytkowych jedynie iluzoryczną. Tym samym nie tylko przedsiębiorcy z branży reklamowej zostaną pozbawieni możliwości prowadzenia działalności, ale również właściciele nieruchomości nie będą mogli uzyskać środków na remont. Potwierdzeniem słuszności powyższego twierdzenia może być fakt zastosowania w uchwałach (lub projektach uchwał) zapisów umożliwiających przeznaczenie powierzchni siatki zabezpieczającej pod reklamy umieszczanej na rusztowaniu, na czas remontu przez takie miasta jak Gdańsk, Warszawa , Wrocław czy Poznań. Warto nadmienić, że takie restrykcje nie obowiązują nawet w Paryżu czy Wenecji.* ***Mając na uwadze powyższe Izba wnioskuje, o dopuszczenie powierzchni reklamy na rusztowaniach, podczas remontu, do 100% powierzchni rusztowania na budynkach nie zabytkowych oraz do 60% powierzchni siatki zabezpieczającej na budynkach objętych ochroną, z możliwością wykonywania remontu przez okres roku raz na pięć lat, na danej nieruchomości.*** ***3. Regulacje dotyczące reklam wielkoformatowych na budynkach.*** *Obecne zapisy w projekcie wyłączają możliwość sytuowania reklam wielkoformatowych na budynkach. Izba wnosi, aby umieszczanie reklam wielkoformatowych w formie siatek było dopuszczalne bez ograniczeń, we wszystkich obszarach, z wyłączeniem budynków objętych ochroną Konserwatorską:* – *na ścianach szczytowych budynków, z wyłączeniem budynków biurowych, z możliwością wykorzystania całej powierzchni elewacji na jedną reklamę;* – *na pustostanach, budynkach przeznaczonych do rozbiórki, halach produkcyjnych zakładów oraz budynkach których budowa została rozpoczęta, a następnie nie została ukończona.* *W przypadku ścian szczytowych - pozbawionych okien, reklama na nich umieszczona nie powodują żadnych utrudnień dla mieszkańców budynku. Pozwala natomiast częstokroć na zakrycie nieestetycznej,*			

			zaniedbanej elewacji. ***Powyższe można również odnieść do kwestii lokalizacji reklam na pustostanach, budynkach przeznaczonych do rozbiórki, halach produkcyjnych zakładów oraz budynkach których budowa została rozpoczęta, a następnie nie została ukończona.*** *Stan i wygląd tych budynków zazwyczaj wpływa w sposób dalece negatywny na otoczenie, zaś w ocenie Izby ten negatywny wpływ można by skutecznie zniwelować poprzez umieszczenie reklamy na takim budynku i zakrycie szpecących otoczenie elementów. Zgodnie z obecnym projektem uchwały nie będzie można na takich obiektach montować reklam, co powoduje uzasadnione pytanie czy lepszym rozwiązaniem w kontekście estetyki otoczenia i ładu przestrzennego jest aby obiekty takie pozostawały odsłonięte, czy też by przesłoniła go estetycznie przygotowana reklama. Nie można pominąć, że dochód dla właściciela z ekspozycji reklamy w dalszej perspektywie również mógłby pozwolić w zależności od sytuacji np. na dokonanie rozbiórki budynku, czy też ukończenie jego budowy.* ***Spośród wszystkich rodzajów reklamy to właśnie reklama wielkoformatowa – dzięki temu, że stanowi źródło środków finansowych dla właścicieli nieruchomości – w stopniu największym wpływa pozytywnie na estetyczny wygląd Miasta, umożliwiając remonty elewacji i dachów budynków, w tym zabytkowych kamienic.*** ***4. Regulacje dotyczące murali.*** *Ustawodawca w ramach upoważnienia ustawowego zawartego w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przekazał gminom kompetencję do określenia warunków i zasad sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, a także materiałów i standardów jakościowych z jakich mogą być wykonane. Nie przewidziano natomiast możliwości ingerencji w uchwałach krajobrazowych w samą treść reklamy. Nie jest więc zasadny zapis, zgodnie z którym wprowadzone zostały ograniczenia dla murali, co do powierzchni na muralu logo sponsora lub hasła reklamowego, ograniczającego je do 10% powierzchni malowidła jednak nie więcej niż 3 m^2, gdyż powyższe zapisy wprowadzają ograniczenia co do treści zawartych na muralu. W związku z powyższym proponujemy zmienić treść par. 9 ust. 2 podpunkt b) proponowanej Uchwały Krajobrazowej, na następującą:* *„b) W obrębie muralu dopuszcza się umieszczenie treści reklamowej.”* *Taka treść przepisu rozwieje wątpliwości dotyczące jakości muralu i oceny czy dany mural jest może dziełem artystycznym, czy może dziełem artystycznym z elementami reklamy, czy może reklamą wykonaną w sposób artystyczny.*			
12.	04.03.2022.	Tatrzańska Izba Gospodarcza	*W nawiązaniu do Ogłoszenia (...) poniżej w imieniu Tatrzańskiej Izby Gospodarczej z siedziba w Zakopanem, ul. Kościuszki 15 wnosimy poniższe uwagi:*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 12 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały był wielokrotnie analizowany pod kątem podziału Gminy Miasto Zakopane na strefy. Znacznie skomplikowałoby to czytelność

			Ze względu na zróżnicowany charakter Miasta powinno się wyodrębnić kilku stref, w których obowiązywałaby odrębne przepisy dotyczące umieszczania reklam. Należy w tym szczególnie wyodrębnić strefę zabytkową i centrum z bardziej restrykcyjnymi przepisami dotyczącymi umieszczania reklam, oraz strefę o szczególnych walorach widokowych także z bardziej restrykcyjnymi przepisami. *Należy wyeliminować zmiany elewacji historycznych budynków na elewacje o charakterze regionalnym* *(...)* *Należy wprowadzić przepisy uniemożliwić stawianie na terenie Miasta wszelkiego rodzaju prowizorycznych wiat, mini-szałasików, pomostów, budek, przerobionych wagonów, przyczep itp.* *(...)* *Należy uszczegółowić zapisy i słownik wyjaśniający terminy: witryna meblowa, mural, pylon, totem i neon wraz ze stosownymi przepisami* *(...)* *Należy doprecyzować sprawę szyldów z projekcją świetlną. Z zaproponowanych zapisów wynika, że mogą obowiązywać szyldy podświetlane. Należy doprecyzować zapis*			przepisów uchwały i prowadziłoby do szeregu wątpliwości odnośnie przyjętego podziału, a przecież cały obszar Zakopanego posiada unikatowe walory krajobrazowe, które wymagają ochrony. Dodatkowo różne obszary i strefy przenikają się wzajemnie. O wiele bardziej zasadny wydaje się swego rodzaju podział, jaki został wprowadzony poprzez ustalenia tekstowe. Projekt uchwały przewiduje różne regulacje dla różnych obszarów, terenów i budynków, wyodrębnionych i zróżnicowanych w tekście. Dla obszarów dotychczas zaniedbanych pewne zrównanie zasad stanowić będzie pierwszy krok w stronę ich rewitalizacji. Dla obszarów o szczególnych walorach będą obowiązywać dodatkowe ustalenia, jak np. zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską, a także przepisy odrębne, jak np. uchwała w sprawie utworzenia parku kulturowego, czy przepisy Tatrzańskiego Parku Narodowego. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich rozróżnienie w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, o ile są one określone w sposób jednoznaczny (por. art. 37a ust. 6 ustawy o p.i.z.p.). Przy czym rozróżnienie w tekście nie skutkuje koniecznością zmiany uchwały w przypadku pojawienia się nowych terenów określonego rodzaju, co byłoby konieczne przy ich rozróżnieniu w załączniku graficznym. Postulat eliminacji zmian elewacji historycznych budynków na elewacje o charakterze regionalnym, wykracza poza zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Natomiast przepisy projektu uchwały ustalają szereg zasad i warunków dotyczących sytuowania t.r.i.u.r. na elewacjach, w tym m. in. łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy czy nakaz sytuowania szyldów nawiązujących do architektury i charakteru budynku oraz wkomponowanych w jego bryłę, w szczególności w formie ażurowej.

						Projekt uchwały ustala zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. daje ograniczone podstawy do wprowadzania regulacji dotyczących wyglądu szyldów, m.in. w odniesieniu do szyldów nie można określać standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być one wykonane. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. pozwala radzie gminy na ustalenie w formie uchwały zasad i warunków sytuowania wyłącznie obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. oraz ogrodzeń. Wymienione w uwadze obiekty („wiaty, mini-szałasiki, pomosty, budki, przerobione wagony, przyczepy) generalnie nie należą do żadnej z tych kategorii, zatem w tym kontekście nie mogą stanowić przedmiotu ustaleń uchwały. Zgłaszający uwagę nie podał celu wprowadzenia postulowanych terminów do definicji ustalonych projektem uchwały, ani nie podał propozycji „stosownych przepisów" do wprowadzenia w projekcie uchwały. Projekt uchwały zawiera konieczne definicje i przepisy. Projekt uchwały dopuszcza zewnętrzne oświetlenie szyldów, wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej. Projekt uchwały jest wystarczająco precyzyjny w tym zakresie.
13.	04.03.2022.	Polskie Koleje Linowe S.A.	*Spółka Polskie Koleje Linowe przesyła uwagi oraz propozycje do przedstawionego projektu w/w uchwały.* ***W zakresie Rozdziału I*** ***Zmiany / Dodania definicji w § 2 w zakresie:*** *29)* ***sezonie narciarskim*** *– należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 01 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 05 maja następnego roku kalendarzowego – podyktowane jest to tym iż niejednokrotnie sezon na ośrodkach narciarskich zaczyna się wcześniej i kończy później niż proponowany w uchwale 15 grudnia i 15 kwietnia np. na Kasprowym Wierchu*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 13 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały zawiera konieczne definicje, w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest wyrazem promocji sportu (poprzez możliwość reklamy np. sponsorów), jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej

			*<u>44) **tablicy informacji kierunkowej** – należy przez to rozumieć tablicę której głównym celem jest określenie lokalizacji obiektów związanych z obsługą klientów na danym obszarze (np. kierunkowskazy i oznaczenia lokalizacyjne kas; toalet; restauracji itd.)</u> – pozwoli to uniknąć nieporozumień w jaki sposób traktować tabliczki kierunkowe lokalizowane w obszarze danego ośrodka np. w obszarze Górnej Stacji KLT Gubałówka znajduje się kilka restauracji; wyciąg narciarski; toalety; zjeżdżalnia grawitacyjna; kasy; sklepik z pamiątkami i konieczna jest odpowiednia organizacja komunikacji kierunkowej. Nie jest to to samo co w pkt 10) kierunkowskaz reklamowy (który w domyśle może być lokalizowany na terenie całego Miasta) ponieważ głównym zadaniem jest łatwa identyfikacja obiektów użytkowych w danym ośrodku i może być lokalizowana tylko w najbliższej lokalizacji danych obiektów. W celu ograniczenia możliwości nadużywania takiej interpretacji proponujemy ewentualne ograniczenie maksymalnych powierzchni ekspozycji informacji kierunkowej do np. 0,25 m^2* ***Zmiany / Dodania zapisów w § 4 w zakresie:*** *4. Przepisów Rozdziału II – Dział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych:* *10) W formie treści multimedialnej na infokioskach; tablicach multimedialnych; tablicach informacji kierunkowej; urządzeniach automatycznych* *11) Ograniczonych treści reklamowych / szyldów (do 0,1 m^2) wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji; lokalizowanych na elementach dekoracji okolicznościowych - mamy na myśli np. organizowany od kilku lat w obszarze górnej stacji KLT Gubałówka Park Światła; na znacznej ilości ozdób znajdują się logotypy; hashtagi które są spójne z dekoracją a mogły by być traktowane jako treści reklamowe* *12) Reklam i szyldów lokalizowanych płasko przylegle do konstrukcji na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych – mamy tu na myśli reklamy które są lokalizowane w formie oklejenia pojazdów; analogicznie jak dopuszczone w przypadku pojazdów samochodowych* *13) Reklam i szyldów lokalizowanych wewnątrz budynków i pojazdów* *Tablic informacji kierunkowych – zgodnie z definicją z proponowanego pkt. 44* ***W zakresie Rozdziału II*** ***Dział I OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY*** **Zmiany § 6 w zakresie <u>zmian/ dodania zapisów</u>:**			byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. Definicje sezonu narciarskiego funkcjonujące w innych dokumentach często ustalają jego koniec na koniec kalendarzowej zimy lub koniec marca. Dłuższy sezon narciarski w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej nie mieści się w koncepcji wprowadzenia jego definicji do projektu uchwały. Wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby, rodzajów i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie rozszerzonych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych

			1) Elementów oświetlenia terenów dostępnych publicznie – maks. 8 m – nie dotyczy terenów zorganizowanych tras narciarskich gdzie słupy oświetleniowe mogą mieć maksymalną wysokość 11 m. *2) Użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – maks. 8 m* *4) Masztów flagowych – maks. 7 m* ***Zmiany § 7 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika (w tym cegła), materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne – obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np. laminaty HPL; dibond* ***Dział II TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE, NIESTANOWIĄCE SZYLDÓW*** ***Zmiany § 9 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *1. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów,* ***na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych****:* *5) na urządzeniach automatycznych:* *w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi* ***Zmiany § 10 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *8. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów:* *1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych; tablic reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich oraz na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, pojazdów funkcjonujących osobowych kolei linowych; oznaczeń i treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych.* *2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych*			wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Słupy oświetleniowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości słupów oświetleniowych w uchwale krajobrazowej. Z projektu uchwały zostały usunięte ustalenia w tym zakresie. Natomiast jeśli dany element oświetlenia (np. ogrodowa lampa solarna) zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, w tym ograniczenie ich wysokości, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale krajobrazowej Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby

			i reklam wyborczych; z wyjątkiem oznaczeń i treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych *3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej; z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych; tablic reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich oraz na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, pojazdów funkcjonujących osobowych kolei linowych; oznaczeń i treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych.* *9. Zakazuje się sytuowania dopuszczonych uchwałą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w następujących formach:* *3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich; urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich* *4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem urządzeń reklamowych:* *b) na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego, przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch urządzeń tego rodzaju dla jednego dworca / stacji* *(...)* ***Dział III SZYLDY*** ***Zmiany § 12 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *3. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji:* *1) płasko na ścianach, z wyjątkiem ścian budynków mieszkalnych wielorodzinnych:* *a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla jednego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku, z wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, na których maks. dwa szyldy tego rodzaju* *b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju, dla jednego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku* *6. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na obiektach małej architektury i obiektów dekoracji okolicznościowych (świątecznych)*			pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby, rodzajów, gabarytów i czasu sytuowania, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Nawet, jeśli dany obiekt zlokalizowany jest na zorganizowanym terenie narciarskim lub stanowi budynek stacji, ochrona konserwatorska i ochrona parków kulturowych jest najważniejsza. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie sytuowania pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby

			1) na jednym obiekcie maks. jeden szyld; *2) płasko na obiekcie, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia;* *3) gabaryty:* *a) grubość (głębokość) maks. 10 cm,* *b) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,1 m²* *8. na urządzeniach automatycznych:* *e) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi* *9. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych:* *1) na jednym pojeździe maks. dwie tablice reklamowe lub dwa urządzenia reklamowe (w tym* *również niestanowiące szyldów),* *2) płasko na pojeździe,* *3) gabaryty:* *a) szerokość maks. 2 m,* *b) wysokość maks. 2 m,* *c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,* *d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m² na jednym krzesełku i maks. 4 m² na jednym wagoniku lub jednej gondoli* ***Zmiany § 13 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *8. Zakazuje się sytuowania szyldów w następujących formach:* *1) banerów, z wyjątkiem szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich, szyldów związanych z realizacją imprez okolicznościowych* *3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) szyldów / urządzeń reklamowych, z wyjątkiem okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich; urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich* *4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem:* *a) cenników,* *b) rozkładów jazdy,* *c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych,* *d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, oferowanych przez zarządcę obiektu produktach i usługach - na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca/ stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego –linowego lub linowo-terenowego.* ***Dział III OGRODZENIA*** ***Zmiany § 15 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia wyłącznie następujących terenów:*			pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie liczby urządzeń reklamowych o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, dopuszczonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem stacji osobowej kolei linowej, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania szyldów, w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dla ochrony ładu przestrzennego zakazane są takie formy szyldów jak baner (nazywany często pejoratywnie „szmatą reklamową"), „potykacz" czy „dmuchaniec". Wyświetlacze o zmiennej treści na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej powinny co do zasady informować o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, stanowiąc często podstawę decyzji o zakupie biletu, i jest to jedyny powód ich dopuszczenia w projekcie uchwały. Dopuszczenie rozszerzonych możliwości sytuowania szyldów byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Dopuszczenie sytuowania tymczasowych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego.

			9) Ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa dla zorganizowanych terenów narciarskich (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące) – bardzo często ogrodzenia terenów narciarskich musza być ogrodzeniami trwałymi, dotyczy to zwłaszcza ogrodzeń służących do zabezpieczania niebezpiecznych miejsc siatkami i materacami które są montowane w sposób trwały np. na fundamentach. Ma to znaczący wpływ na bezpieczną eksploatację takich obiektów. *3. Dopuszcza się wyłącznie następującą wysokość ogrodzeń:* *5m - Dla ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych* *5. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia:* *11) dla ogrodzeń określonych w § 15 ust. 1 pkt 9 i ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki.* *12) materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne – obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np laminaty HPL; dibond* ***W zakresie Rozdziału III Przepisy Dostosowujące*** ***Zmiany § 17 w zakresie zmian/ dodania zapisów:*** *1) obiektów małej architektury:* *a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub lokalizowanych poza miejscami publicznymi lub – zgodnie z obowiązującym prawem budowlanym obiekty małej architektury poza miejscami publicznymi np. przydomowe mogą być realizowane bez zgłoszeń lub innych decyzji administracyjnych lub* *b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi prawomocnymi Warunkami Zabudowy , lub* *3) ogrodzeń:* *a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, lub* *b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi prawomocnymi Warunkami Zabudowy , lub*		Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania ogrodzeń, w tym sytuowania trwałych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, w ciągu całego roku, czy ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Natomiast z przedmiotu ustaleń projektu uchwały są wyłączone ogrodzenia zabezpieczające stanowiące realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych). Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Rozszerzenie rodzajów wyjątków od obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

14.	04.03.2022.	Polskie Tatry S.A.	*Zarząd Spółki POLSKIE TATRY S.A. dziękuje za uwzględnienie części naszych wniosków dotyczących zmian w projekcie ww. uchwały. Jednocześnie, podtrzymując argumentację (...), Zarząd zwraca uwagę na kilka nowo zaistniałych kwestii, które warte są poddania kolejnej analizie i uwzględnienia ich w końcowym projekcie tzw. „uchwały krajobrazowej".* *Biorąc pod uwagę powyższe, Zarząd wnioskuje o:* *- Dopuszczenie na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niestanowiących szyldów w formie wolnostojącej o gabarytach dla orientacji poziomej: szerokości maks. 6m i wysokości maks. 3m o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 18m² łącznie.* *Instytucje kultury mają głównie na celu: wychowywanie i edukowanie poprzez kulturę, a obiekty sportowe propagowanie aktywnego tryb życia. Dlatego też typu obiekty powinny mieć większą możliwość zaprezentowania swojej działalności, a zwiększenie gabarytów powierzchni ekspozycji reklamy z 12m² do 18m² łącznie, nie powinno zaburzyć ogólnej estetyki krajobrazu i jednocześnie zapewni szerszy przekaz pro-edukacyjny.* *- Dopuszczenie sytuowania kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej dla formy zbiorczej o wysokości maks. 3,5 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3m.* *Spółka POLSKIE TATRY S.A. zarządza kilkoma obiektami, dlatego też na jednym terenie koniecznym jest zawarcie kilku informacji na jednym kierunkowskazie reklamowym. Biorąc pod uwagę różne wielkości logotypów i stopień ich skomplikowania, przy prezentacji graficznej - aby czytelnie i estetycznie wyeksponować pojedynczą informację na kierunkowskazie reklamowym, należy przyjąć optymalną wysokość. Stąd też zwiększenie wysokości kierunkowskazu z 3 m do 3,5 m oraz wysokości powierzchni ekspozycji reklamy z 2,5m do 3 m jest zasadne i zapewni odpowiedni przekaz informacji.* *- Wprowadzenie pojęcia „witryna w formie zbiorczej", czyli elementu kliku witryn obok siebie stanowiących całość, płasko na elewacji w strefie parteru i powyżej parteru budynku.* *Budynki wielkogabarytowe o kubaturze przekraczającej 400 m² powierzchni zabudowy, powinny być uwzględnione w w/w uchwale, ponieważ mogą posiadać dużą powierzchnię przeszkleń. Dlatego też, Zarząd Spółki wnioskuje o wzięcie pod uwagę proponowanej kwestii i dopuszczenie możliwości ekspozycji do 20% powierzchni „witryny w formie zbiorczej", będącej elementem elewacji. W związku z powyższym zasadnym jest dopuszczenie prezentacji dwóch szyldów stanowiących całość ekspozycji, zarówno w obrębie parteru jak i powyżej parteru w witrynie w formie zbiorczej.*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 14 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby, rodzajów i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. O działalności prowadzonej na nieruchomości informują szyldy. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury jest wyrazem promocji sportu i kultury (poprzez możliwość reklamy np. sponsorów, mecenasów), jako dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego. Jednak dopuszczenie większych gabarytów t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większej wysokości kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, czym skutkowałoby m.in. wprowadzenie pojęcia „witryny zbiorczej", byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Przy czym, zgodnie z § 2 ust. 1 pkt 32 projektu uchwały, przez witrynę należy rozumieć okno wystawowe w strefie parteru, służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług lokalu, w którym prowadzona jest działalność, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia a równoległą do niej wyobrażoną płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeży, a także drzwi do

			- Wprowadzenie modyfikacji do zapisu w § 10, pkt. 8, ust. 1 w szczególności dotyczy zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie stanowiących szyldów na obiektach objętych ochroną konserwatorską. *Spółka POLSKIE TATRY S.A. jest w posiadaniu obiektów, które są objęte ochroną konserwatorską. Dlatego też, umieszczenie subtelnej informacji związanej z postacią historyczną, historią budynku - w którym była prowadzona pierwotna działalność, na tablicy lub urządzeniu reklamowym jest zasadnym argumentem do wprowadzenia w/w modyfikacji. Dopasowanie się do architektury, charakteru obiektu oraz wkomponowanie powyższej informacji w jego bryłę, przy zastosowaniu formy ażurowej, będzie tworzyć całość. W szczególności, że Spółka nie zamierza informować o działalności nowej, tylko powyższe ma na celu propagowanie historii, która jest ważna i istotna zarówno dla lokalnej jak i szerszej społeczności.* *- W projekcie uchwały w § 12, pkt. 3, ust. 1, który dopuszcza sytuowanie szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji, płasko na ścianie w formie ażurowej, wskazany jest konkretny zakres wysokości budynku, który w opinii Zarządu Spółki nie jest wystarczającym parametrem do zapewnienia prawidłowego przekazu informacji.* *Aqua Park Zakopane, to budynek wielkogabarytowy, elewacja na której znajduje się obecnie szyld to około 528 m^2 powierzchni. Dlatego, tak jak wnioskowaliśmy w piśmie z dnia 01.02.2021r., zastosowanie parametrów wysokości budynku nie rozwiązuje przedstawionego problemu. Dla obiektów o wysokości do 12m, ale za to bardzo szerokich (czyli kubatura przewyższająca 400 m^2) w obecnym projekcie uchwały zastosowanie maks. szerokości szyldu tylko do 20 m, zaburzy proporcje ekspozycji wizualnej. Dlatego biorąc pod uwagę powyższe, Zarząd Spółki proponuje wprowadzić rozwiązanie w formie użycia 10% powierzchni wielkości szyldu w stosunku do powierzchni elewacji budynku.* *Zarząd Spółki POLSKIE TATRY S.A. rozumie założenia wynikające z uchwały krajobrazowej, która wprowadzi ład i standardy uporządkowania przestrzeni publicznej Zakopanego, w szczególności wobec nadmiernego wykorzystywania reklam i przekazów informacyjnych. Usunięcie wielkogabarytowych bilbordów spowoduje, że obszar przestrzeni publicznej Zakopanego stanie się estetyczny i uporządkowany, zapobiegając przy tym dalszemu szerzeniu przytłaczania piękna krajobrazu. Równocześnie reklama przemyślana, użyta w sposób profesjonalny i odpowiedni, zgodna z zapisami treści uchwały, będzie wpływać na poprawę wizerunku przy umożliwieniu swobody działalności gospodarczej.*			takiego lokalu. Tym samym nie mieszczą się w definicji witryny ściany zbudowane ze szkła lub powierzchnie przeszkleń, niebędące w istocie witrynami. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Natomiast zgodnie z art. 37c pkt 1 ustawy o p.i.z.p., przepisów dotyczących reklam nie stosuje się do upowszechniania informacji wyłącznie trwale upamiętniającej osoby, instytucje lub wydarzenia. Dopuszczenie większych gabarytów szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

UWAGI ZGŁOSZONE DO PROJEKTU UCHWAŁY WYŁOŻONEGO PO RAZ TRZECI DO PUBLICZNEGO WGLĄDU

(wyłożenie w dniach od 15 lipca 2022 r. do 17 sierpnia 2022 r., wnoszenie uwag do dnia 31 sierpnia 2022 r.)

15.	25.08.2022.	Tatrzańska Izba Gospodarcza	„ogłoszone przez Pana konsultacje społeczne w jakże ważnej sprawie tzw. uchwały krajobrazowej (...) są zarówno w formie jak i terminie niefortunne_ Termin trzeciego wyłożenia projektu ze względu na sezon wakacyjny kiedy większość mieszkańców, w tym przedsiębiorców jest zajętych obsługą ruchu turystycznego chyba nie jest przypadkowy. Sposób konsultacji poprzez jedynie ogłoszenie ich na stronie internetowej urzędu bez kampanii informacyjnej i skierowania ich do szerokiego grona odbiorców jest dalece niewystarczający. Dlatego w imieniu Tatrzańskiej lzby Gospodarczej domagamy się przedłużenia ich terminu do 30.10.2022 oraz poszerzenie zakresu konsultacji z obecnej formuły na otwarte spotkania dla mieszkańców, przedsiębiorców i wszystkich zainteresowanych ładem przestrzennym w naszym Mieście. Jednocześnie odnosząc się do projektu wspomnianej uchwały w sprawie uporządkowania przestrzeni naszego Miasta ujrzeliśmy dokument, który budzi wiele kontrowersji. Jest nieczytelny, bardzo skomplikowany i zawierający wiele zapisów trudnych do zaakceptowania zarówno z punktu widzenia ochrony walorów krajobrazowych, przyrodniczych i kulturowych oraz interesów przedsiębiorców i mieszkańców. Co najgorsze przyjęta forma konsultacji nie przyniosła oczekiwanego rezultatu. Praktycznie nikt nie wie o projekcie tej uchwały, a konsekwencje jej wprowadzenia w tym finansowe bezpośrednio odczują przedsiębiorcy i mieszkańcy. Samo „zawieszenie” projektu z informacją o konsultacjach społecznych na stronie Urzędu Miasta nie jest sposobem na dotarcie do zainteresowanych, czyli nas mieszkańców. Jak się okazuje dwukrotne „wyłożenie" projektu przyniosło marne rezultaty konsultacji społecznych. Uwagi do pierwszego projektu złożyło 5 firm i 1 organizacja pozarządowa, do drugiego 3 firmy i 2 organizacje pozarządowe. Zgłoszono razem 110 uwag do projektu, w tym nie uwzględniono 80 uwag, uwzględniono 19 uwag, 11 zakwalifikowano jako nie spełniające kryteriów uwag do projektu. Wyniki tych konsultacji mówią same za siebie. Bez wspólnie wypracowanego projektu nie ma co liczyć na aprobatę społeczną i dostosowanie do wymogów uchwały. Mamy już doświadczenia z Parkiem Kulturowym ul. Krupówki i prawem, które nie działa. Dowodem na to jest dzisiejszy obraz Krupówek. Jesteśmy zaniepokojeni brakiem działań informacyjnych i taką formą	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 15 – nieuwzględniona**.	Tryb i etapy sporządzenia uchwały krajobrazowej określa przepis art. 37b ustawy o p.i.z.p. Nawiązują one charakterem do procedury opracowywania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, są jednak uproszczone. Zgodnie z cyt. przepisem projekt uchwały podlega konsultacjom w formie opiniowania i uzgadniania z określonymi organami (por. art 37b ust. 2 pkt 3-7) oraz wyłożenia do publicznego wglądu, także przez udostępnienie w Biuletynie Informacji Publicznej, na okres co najmniej 21 dni, z możliwością wnoszenia uwag w czasie wyłożenia i przez okres 14 dni po zakończeniu okresu wyłożenia (por. art 37b ust. 2 pkt 8). Sporządzenie projektu uchwały krajobrazowej jest faktem powszechnie znanym. Procedura toczy się od kilku lat, projekt uchwały był trzykrotnie wyłożony do publicznego wglądu, w różnych miesiącach, wniesiono do niego łącznie kilkadziesiąt uwag. Organ wielokrotnie informował o tym fakcie, procedurze, wyłożeniach, możliwości i terminach wnoszenia uwag, w sposób szeroko wykraczający poza unormowany ustawą o p.i.z.p. Tj. nie tylko w prasie lokalnej, przez obwieszczenie oraz udostępnienie informacji w Biuletynie Informacji Publicznej na swojej stronie podmiotowej, a także w internecie, ale również w mediach internetowych i prasowych, o wyłożeniach i możliwości składania uwag pisał także „Tygodnik Podhalański”. O dostępności do informacji w przedmiotowym temacie może świadczyć np. fakt, że Tatrzańska Izba Gospodarcza złożyła uwagi zarówno na etapie drugiego, jak i trzeciego wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Projekt uchwały jest czytelny i spójny, natomiast dotyczy skomplikowanej w swej istocie materii ładu przestrzennego. Projekt uchwały nie odbiega stopniem skomplikowania od uchwał

			konsultacji społecznych, „cichymi" metodami wprowadzenia uchwały. Czyżby obawiał się Pan konfrontacji społecznych, spotkań z mieszkańcami, wysłuchania różnych zainteresowanych stron? Bez wspólnego dopracowania tak ważnej uchwały dla całego Miasta jej wprowadzenie nie ma najmniejszego sensu."			krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce.
16.	29.08.2022.	Towarzystwo Opieki nad Zabytkami Oddział Podhalański im. Stanisława Witkiewicza w Zakopanem	1. „**§4 ust. 1 pkt 1 Projektu**: *Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 1) jako oferty zbycia lub wynajmu w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty, jednak maks. jednej oferty o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 dla jednego zbywanego lub wynajmowanego lokalu, budynku lub nieruchomości, na czas nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku (...).* **Komentarz:** Przepis w przedstawionym wyżej brzmieniu umożliwia przedmiotowe wyłączenie norm działu II – rozdziału II i III Projektu, co do ofert zbycia lub wynajmu w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty – maksymalnie 3 m^2 dla jednego zbywanego lub wynajmowanego lokalu, budynku lub nieruchomości, na czas nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku. Po pierwsze, norma zakreślona w przedstawiony w Projekcie sposób, spowoduje, że regulacji co do sytuowania reklam nie będzie stosowana – między innymi – do ofert najmu krótkoterminowego. Legalne pozostaną wówczas wyświetlacze o zmiennej treści – na przykład: *Wolne pokoje*. Co więcej, przedmiotowa konstrukcja przepisu pozwoli zakrywać elewację obiektów budowlanych w trakcie robót budowlanych wielkoformatową reklamą wskazującą na sprzedaż wyodrębnionych w niej lokali. Zapis zredagowany w zaproponowany w Projekcie sposób pozwala bowiem na interpretację, w myśl której na 30 lokali, dopuszczalna jest reklama o powierzchni 90 m^2 (3 m^2 x 30). Nadto, niejednoznaczny jest zapis: *(...) w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty (...).* Wydaje się, że nie byłaby pozbawioną podstawy wykładnia, zgodnie z którą przez miejsce miałoby oznaczać chociażby miejscowość. Tym samym – dla przykładu – dopuszczalnym byłoby usytuowanie reklamy hotelu (najem krótkoterminowy) z dala od obiektu, w którym usługi faktycznie są świadczone. Wreszcie zapis o 90 dniach łącznie w ciągu roku oznacza możliwość nieprzerwanego usytuowania reklamy od dnia 2 października do dnia 1 kwietnia. **Propozycja zmiany:** *Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 1) jako oferty sprzedaży, usytuowanych na nieruchomości, której dotyczą, jednak maks. jednej oferty o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 dla jednej nieruchomości lub jej wyodrębnionej części, przy czym przy ofercie obejmującej więcej niż jedną nieruchomość lub jej wyodrębnioną część, wskazana wyżej powierzchnia ekspozycji reklamy nie ulega*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 16 – nieuwzględniona**.	1. Istnieją interpretacje przepisów prawnych, zgodnie z którymi oferty zbycia lub wynajmu, zwłaszcza te niezawierające nazwy czy logo, nie stanowią reklamy i mogłyby tak czy inaczej pozostawać poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej. W opinii organu stanowią one reklamę, zatem pierwotnie wyłączono określone oferty ze stosowania przepisów uchwały, by wyeliminować wątpliwości. Miejsce oznaczało nieruchomość, a przepisów uchwały nie należało stosować do jednej oferty na jednej nieruchomości. Oferty nie miały dotyczyć wynajmu krótkoterminowego. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie zawiera wyłączenia ze stosowania przepisów uchwały dla reklam sytuowanych jako oferty zbycia lub wynajmu. 2. Dopuszczenie stosowania innej kolorystyki dla użytkowych obiektów małej architektury służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych, jest podyktowane względami bezpieczeństwa dla użytkowników takich obiektów. Podobne dopuszczenia funkcjonują w uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce, np. w Krakowie. 3. Wiele robót budowlanych skutkujących powstaniem obiektów lub urządzeń nie wymaga pozwolenia na budowę ani zgłoszenia, natomiast tereny robót są grodzone na czas ich prowadzenia. Dodatkowo przepisy z zakresu prawa budowlanego są zmieniane – zauważalny jest trend ich stopniowej liberalizacji – i katalog takich obiektów lub urządzeń cały czas się powiększa, stąd takie brzmienie przepisu projektu uchwały.

			powiększeniu, na czas nie dłuższy niż 90 następujących po sobie dni i nie dłużej niż 90 dni w ciągu roku (...)." 2. „**§7 ust. 4 pkt 5 Projektu:** *dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3, w tym jaskrawej kolorystyki.* **Komentarz:** W ocenie TOnZ brak jest uzasadnienia dla odstępstwa od zakazu stosowania jaskrawej kolorystyki w przypadku obiektów określonych w § 6 pkt 1 Projektu, a dopuszczenie kolorystyki innej niż wskazana w §7 ust. 4 pkt 2 Projektu jest wystarczające ze względu na ich funkcję. **Propozycja zmiany:** *dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3.*" 3. „**§9 ust. 1 pkt 3 Projektu**: *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych (...) na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych – wyłącznie od frontu działki:* **Komentarz:** Pojęcie robót budowlanych nie oznacza *a priori* ich zgodności z przepisami prawa budowlanego. Na wzór uchwały Rady Miasta Krakowa, TOnZ proponuje odwołanie do robót budowlanych prowadzonych na podstawie zgłoszenia, albo ostatecznej decyzji w przedmiocie pozwolenia na budowę, o ile te są wymagane. Warto przy tym zważyć, że samo wzniesienie ogrodzenia może już stanowić roboty budowlane, a teren, na którym zostało ono posadowione jest przez to terenem robót budowlanych. W tego konsekwencji możliwa jest paradoksalna sytuacja, w której dopuszczalne jest wzniesienie ogrodzenia wyłącznie celem umieszczenia na nim reklamy. Co przy tym istotne, przepis o wskazanym wyżej brzmieniu nie odwołuje się do czasu trwania robót budowlanych, z czego można wywodzić, że dopuszczalne jest pozostawienie reklam na ogrodzeniach również po ich zakończeniu. **Propozycja zmiany:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych (...) na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych, prowadzonych na podstawie ostatecznej decyzji w przedmiocie pozwolenia na budowę, albo zgłoszenia, o ile te są wymagane – przez czas trwania tych robót – wyłącznie od frontu działki (...)*"			Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych dotyczyło legalnie prowadzonych robót budowlanych. Projekt uchwały zawiera przepisy mówiące o tym, że dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych dotyczy wyłącznie obiektów i urządzeń zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego (por. § 5 ust. 1 pkt 2 projektu uchwały). Zgodnie z przepisem § 13 projektu uchwały, dopuszczone jest sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w rozdziale III. Natomiast przepis § 14 ust. 2 pkt 1 projektu uchwały zawiera ograniczenie czasu sytuowania tymczasowych ogrodzeń terenów robót budowlanych – wyłącznie na czas wykonywania robót budowlanych. W opinii organu, jeżeli będą prowadzone nielegalne roboty budowlane, to same w sobie stanowić będą one problem, o wiele większy niż np. tablica reklamowa na ich tymczasowym ogrodzeniu. Stwierdzanie nielegalności prowadzenia robót budowlanych należy do właściwości rzeczowej organów nadzoru budowlanego. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie dopuszcza sytuowania t.r.i.u.r. na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych. 4. Proponowany przepis byłby nieprecyzyjny, a ukrycie elementów konstrukcyjnych t.r.i.u.r. często nie byłoby możliwe. Natomiast projekt uchwały zawiera przepisy dotyczące materiałów i kolorystyki elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów (por. § 8 ust. 2). 5. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym,

			4. „**§10 ust. 3 Projektu:** *Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się (...)* **Komentarz:** Celem zabezpieczenia walorów estetycznych obiektów budowlanych oraz urządzeń budowlanych, a także krajobrazowych, TOnZ proponuje nakazanie ukrycia elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niestanowiących szyldów. **Propozycja zmiany:** *Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się ukrycie ich elementów konstrukcyjnych.*" 5. „**§12 ust. 1 pkt 1 lit. a) Projektu:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji (...) płasko na ścianach w polu szyldowym (...) na jednym budynku maks. trzy szyldy tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości,* **Komentarz:** W ocenie TOnZ, zważywszy względy krajobrazowe, a nadto porównując treść uchwał podjętych w innych polskich gminach, brak jest uzasadnienia dla dopuszczenia więcej, aniżeli jednego szyldu danego rodzaju, dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości. **Propozycja zmiany:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji (...) płasko na ścianach w polu szyldowym (...) na jednym budynku maks. Jeden szyld tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości,*" 6. „**§12 ust. 3 Projektu:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji (...)* **Komentarz:** Zważywszy względy krajobrazowe TOnZ proponuje wyłączenie możliwości sytuowania szyldów powyżej strefy parteru. **Propozycja zmiany:** *Zakazuje się sytuowania szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru.*" 7. „**§12 ust. 7 pkt 1 Projektu:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych (...) na jednym obiekcie maks. dwa szyldy (...)*			dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch", „Pensjonat Biały Ślad", „Restauracja Gazdowo Kuźnia", „Pijalnia Czekolady E. Wedel"), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują, jak np. przedstawienie menu lub asortymentu usług. 6. Ograniczenie sytuowania szyldów wyłącznie do strefy parteru oznaczałoby brak możliwości pokazania głównej funkcji lub działalności prowadzonej w budynku, na szyldzie usytuowanym w górnej części jego elewacji (np. „hotel", „aquapark", „Szymonek"). Byłoby to zbyt daleko idące ograniczenie. Sytuowanie szyldów powyżej strefy parteru jest bardzo ograniczone – do jednego lub maks. dwóch szyldów tego rodzaju na jednym budynku łącznie (a nie dla każdego podmiotu prowadzącego działalność w budynku). Dodatkowo szyldy sytuowane równolegle do elewacji powyżej strefy parteru muszą posiadać formę ażurową. Natomiast projekt uchwały zakazuje sytuowania szyldów na dachach. 7. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych, była określona przy założeniu, że takim obiektem może być np. myjnia samochodowa lub inne dość duże obiekty, często zlokalizowane przy ulicy – pierwotnie dopuszczono maks. dwa szyldy płasko na obiekcie, dostrzegając celowość ich usytuowania np. z dwóch stron obiektu, dla widoczności przejeżdżających i przechodzących z tych dwóch stron.

			Komentarz: Zważywszy względy krajobrazowe, TOnZ proponuje maksymalnie jeden szyld. **Propozycja zmiany:** *Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych (...) na jednym obiekcie maks. Jeden szyld (...)*" 8. „**§13 ust. 1 Projektu:** *Dopuszcza się sytuowanie maks. dziesięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości, w tym maks. pięciu szyldów na jednym obiekcie budowlanym – przy uwzględnieniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na ich poszczególne rodzaje przepisami § 12. Ograniczenie to nie dotyczy szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych oraz stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych.* **Komentarz:** W ocenie TOnZ propozycja stanowi niczym nieuzasadnioną multiplikację szyldów – ze szkodą dla krajobrazu, jak i czytelności każdego z szyldów z osobna. Stąd propozycja ograniczenia do jednego szyldu dla każdego obiektu budowlanego na nieruchomości. **Propozycja zmiany:** *Dopuszcza się sytuowanie maks. dziesięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości, w tym maks. jednego szyldu na jednym obiekcie budowlanym – przy uwzględnieniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na ich poszczególne rodzaje przepisami § 12. Ograniczenie to nie dotyczy szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych oraz stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych.*" 9. „**§13 ust. 3 Projektu:** *Dopuszczenie sytuowania szyldów na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych – dotyczy wyłącznie obiektów i urządzeń zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego.* **Komentarz:** Pojęcie legalności nie jest wystarczająco jednoznaczne – wymaga przeprowadzenia stosownego postępowania administracyjnego – aż do chwili, gdy decyzja stanie się ostateczna. Wcześniejsze określenie obiektu lub urządzenia jako zrealizowanego nielegalnie nie odnajduje podstaw prawnych. **Propozycja zmiany:** *Dopuszczenie sytuowania szyldów na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych – dotyczy wyłącznie obiektów i urządzeń zrealizowanych na podstawie ostatecznej decyzji w przedmiocie*			Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów, które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu dopuszcza sytuowanie jednego szyldu na jednym obiekcie – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa. 8. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch", „Pensjonat Biały Ślad", „Restauracja Gazdowo Kuźnia", „Pijalnia Czekolady E. Wedel"), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. Dla ochrony ładu przestrzennego projekt uchwały wprowadza wiele ustaleń dotyczących sytuowania szyldów na obiektach budowlanych. Oprócz ograniczeń liczbowych i gabarytowych są to m.in. ograniczenia dotyczące konieczności ich sytuowania w sposób niezasłaniający detalu architektonicznego czy zachowania odległości ich skrajnych elementów od krawędzi elewacji, otworów okiennych itp. 9.

			pozwolenia na budowę, albo zgłoszenia, o ile są one wymagane, a nadto zgodnie z przepisami ustawy o drogach publicznych." 10. „**§17 pkt 1 Projektu:** *Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 18 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem: 1) obiektów małej architektury (...) b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, lub c) objętych ochroną konserwatorską, lub d) kultu religijnego, lub e) posągów, fontann, wodotrysków, lub f) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale (...)* **Komentarz:** Wątpliwości interpretacyjne stwarza sformułowanie: *nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.* Mając na względzie postulat równości wobec prawa, jedynym akceptowalnym rozumieniem tego przepisu wydaje się wyłączenie konieczności dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, obiektów małej architektury, które spełniają sformułowane nią wymogi (z oczywistym wyłączeniem z lit. a). W ocenie TOnZ nie odnajduje uzasadnienia okres 18 miesięcy na dostosowanie do regulowanych Projektem zasad. Na wzór uchwały Rady Gminy Kościelisko, gdzie specyfika krajobrazu jest podobna, TOnZ proponuje okres 12 miesięcy. **Propozycja zmiany:** *Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem: 1) obiektów małej architektury zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych (...)*"			Wiele robót budowlanych skutkujących powstaniem obiektów lub urządzeń nie wymaga pozwolenia na budowę ani zgłoszenia. Dodatkowo przepisy z zakresu prawa budowlanego są zmieniane – zauważalny jest trend ich stopniowej liberalizacji – i katalog takich obiektów lub urządzeń cały czas się powiększa, stąd takie brzmienie przepisu projektu uchwały. Jeżeli będzie zlokalizowany nielegalny obiekt lub urządzenie, to same w sobie stanowić będą one problem, o wiele większy niż np. t.r.i.u.r. na ich elewacji czy konstrukcji. Stwierdzanie nielegalności należy do właściwości rzeczowej organów nadzoru budowlanego. Obiekty są legalne do chwili ostatecznej decyzji, ale tak stanowią obowiązujące przepisy odrębne – jak wspomniano, coraz bardziej liberalne. Przedmiotowy przepis jest pewnego rodzaju novum i nie funkcjonuje w uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce, to pomysł autorski, by wyeliminować t.r.i.u.r. na obiektach lub urządzeniach bezsprzecznie nielegalnych. 10. Brzmienie przepisu § 17 pkt 1 w zakresie niewymagania dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale przez obiekty małej architektury istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, jest literalnie przeniesione z ustawy o p.i.z.p. i nie powinno być inne (por. art. 37a ust. 10 pkt 1 ustawy o p.i.z.p.). Termin 18 miesięcy stanowił uwzględnienie uwagi nr 7.12 wniesionej na etapie I wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Termin 12 miesięcy stanowi minimum ustawowe (por. art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p.), natomiast wiele gmin ustaliło ten termin na 24 miesiące (np. Kraków) lub dłużej. Przykład gminy Kościelisko nie jest trafiony, ponieważ, choć jej krajobraz naturalny jest podobny do zakopiańskiego, to już krajobraz kulturowy jest odmienny i inny charakter gminy – wiejska *versus* miejsko-wiejska. W Kościelisku jest usytuowanych o wiele mniej obiektów małej architektury, t.r.i.u.r. oraz ogrodzeń, wymagających dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, niż w Zakopanem. W

						Zakopanem wniesiono uwagi dotyczące wydłużenia tego terminu, nawet do 86 miesięcy (por. uwaga nr 26.15). W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, w ostatecznym brzmieniu projektu uchwały generalny termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych projektem uchwały wynosi 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa.
17.	30.08.2022.	Stowarzyszenie „Mieszkańcy spod Regli”	„1. Dział I, przepisy ogólne, §2. ust.1 „ilekroć w uchwale jest mowa o”, wnioskujemy: 1) **banerze** – wnioskujemy, że należy przez to rozumieć powłokę rozpinaną na krawędziach, wykonaną z miękkich materiałów, takich jak tkanina, tekstylia, folia PCV. (na podstawie uchwały krakowskiej). Wnioskujemy o rozgraniczenie określenia **baner a tablica reklamowa jako dwa różne nośniki reklamowe**. 2) **bilboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub też plakat reklamowy o wymiarach 6x3[m], 12x3[m], 18x6[m] i innych, mniejszych lub większych niż wymienione. Bilbord może mieć konstrukcję trwale związaną z gruntem, którą będzie tablica osadzona na jednym lub dwóch słupach wkopanych w grunt, zalanych betonem, albo może mieć konstrukcję nietrwałe związaną z gruntem (bilbord przestawny, mobilny), mocowaną do podłoża zazwyczaj za pomocą betonowych obciążników lub osadzoną na mobilnej przyczepie. 3) **małej architekturze** – należy podać precyzyjne określenie co należy rozumieć przez małą architekturę, mimo określenia w przepisach prawa budowlanego, które jest katalogiem otwartym dającym możliwość szerokiej interpretacji. 4) **szyldzie** – powinna to być tablica reklamowa informująca o działalności prowadzonej w danej nieruchomości. Taka tablica jest jakby wizytówką firmy z jej logo, nazwiskiem właściciela. 5) **tablicy reklamowej** – tablica reklamowa to przedmiot materialny służący ukazaniu reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami – o płaskiej powierzchni, na której znajduje się reklama, ale nie będzie to **baner**. 6) **urządzeniu reklamowym** – należy dokładnie określić co to jest urządzenie reklamowe (mimo podanej definicji w ustawie z dn. 27.03. 2003r o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym), taka definicja powinna być także tutaj. 2. Rozdział III szyldy §13 ust. 1. **Wnioskujemy zmienić na :** Wnioskujemy o dopuszczenie sytuowania maksymalnie jednego szyldu i tylko w strefie parteru przez każdy podmiot prowadzący działalność w danym budynku.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 17 – nieuwzględniona**.	1. Projekt uchwały zawiera konieczne definicje, w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Baner jest zdefiniowany podobnie jak w propozycji, natomiast baner stanowi rodzaj tablicy reklamowej. Brak potrzeby wprowadzenia definicji bilboardu, skoro nie występuje w tekście. Pozostałe propozycje zostały zdefiniowane w przepisach prawnych wyższego rzędu (Prawo budowlane i ustawa o p.i.z.p.), zatem powtarzanie definicji w uchwale stanowiłoby błąd techniki legislacyjnej, natomiast zmiana lub zawężanie definicji ustawowych jest wątpliwe pod względem prawnym i mogłoby poskutkować unieważnieniem uchwały. 2. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona właściwie, w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Łączna liczba szyldów na jednym budynku w praktyce nie jest wysoka, zwłaszcza w przypadku budynków wolnostojących. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch”, „Pensjonat Biały Ślad”, „Restauracja Gazdowo Kuźnia”, „Pijalnia Czekolady E. Wedel”), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące

			3. Rozdział III Przepisy dostosowujące § 17 proponujemy **zmianę na:** Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem: 2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, dla których termin dostosowania wynosi 18 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. **4. Propozycje członków stowarzyszenia „Mieszkańcy spod Regli":** 1) Windery powinny być dopuszczone tylko z okazji okolicznościowych wydarzeń miejskich lub imprez sportowych. 2) Postulujemy aby wszystkie wymiary dozwolonych nośników reklamowych zawarte w projekcie uchwały proporcjonalnie zmniejszyć o 50 % . 3) Proponujemy aby dla należytej jasności utworzyć katalog graficzny wszystkich nośników reklamowych. 4) Uważamy, że na umieszczenie w Zakopanem nośnika reklamowego powinno być potrzebne złożenie wniosku i zgoda wydziału architektury lub innego organu. 5) Wnioskujemy, aby konkretnie ustalić kolory reklam w sposób jasny i przejrzysty, gdyż twierdzenie zakazu „kolorystyki jaskrawej" daje dowolność interpretacji. 6) Postulujemy aby w przepisach końcowych podać jaki organ, wydział UM i w jakiej ilości personelu będzie zajmował się sprawdzaniem zgodności nośników reklamowych z przepisami uchwały krajobrazowej, znajdujących się na terenie gminy Zakopane. Kto i w jaki sposób będzie informował właścicieli reklam o czasie dostosowania ich do nowych wytycznych oraz kto będzie nakładał sankcje wynikające z przepisów o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Czy jest taki plan, aby urząd miasta, a jeśli tak, to jaki dział, dla nośników reklamowych, które zostały zamontowane po wejściu w życie uchwały, będzie gromadził dokumentację, w tym nakazywał właścicielowi reklamy przedstawienie dokumentów potwierdzających zgodność tej reklamy z zapisami uchwały. 7) Zarządzeniem nr 217 z dnia 09.11.2020 powołano zespół ds. zarządzania PKKZ; niestety trudno jest wyegzekwować zapisy dotyczące Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, w związku z tym należy podjąć odpowiednie działania aby z uchwałą krajobrazową nie stało się podobnie. 8) Zakopane jako niewielkie miasto turystyczne liczące zaledwie około 28 tys. mieszkańców powinno dopuszczać sytuowanie			o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. Ograniczenie sytuowania szyldów wyłącznie do strefy parteru oznaczałoby brak możliwości pokazania głównej funkcji lub działalności prowadzonej w budynku na szyldzie usytuowanym w górnej części jego elewacji (np. „hotel", „aquapark", „Szymonek"). Byłoby to zbyt daleko idące ograniczenie. Sytuowanie szyldów powyżej strefy parteru jest bardzo ograniczone – do jednego lub maks. dwóch szyldów tego rodzaju **na jednym budynku łącznie** (a nie dla każdego podmiotu prowadzącego działalność w budynku). Dodatkowo szyldy sytuowane równolegle do elewacji powyżej strefy parteru muszą posiadać formę ażurową. Natomiast projekt uchwały zakazuje sytuowania szyldów na dachach. 3. Termin 18 miesięcy stanowił uwzględnienie uwagi nr 7.12 wniesionej na etapie I wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Termin 12 miesięcy stanowi minimum ustawowe (por. art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p.), natomiast wiele gmin ustaliło ten termin na 24 miesiące (np. Kraków) lub dłużej. Wniesiono uwagi dotyczące wydłużenia tego terminu, nawet do 86 miesięcy (por. uwaga nr 26.15). W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, w ostatecznym brzmieniu projektu uchwały generalny termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych projektem uchwały wynosi 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa. Natomiast termin 60 miesięcy dla t.r.i.u.r. usytuowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, a więc praw nabytych, został określony w wyważony sposób. 4. 1) Dopuszczone rodzaje t.r.i.u.r. zostały określone właściwie, w wyważony sposób. 2) Dopuszczone gabaryty t.r.i.u.r. zostały określone właściwie, w wyważony sposób. 3) Projekt uchwały dopuszcza tak wiele różnych rodzajów i form t.r.i.u.r. (wprowadzając

			jedynie niewielkich rozmiarów tablic reklamowych, banerów i szyldow, natomiast **nie zezwalać** na sytuowanie winderów zaśmiecających miejską przestrzeń oraz bilbordów na terenie miasta, które swoimi gabarytami zasłaniają krajobraz tworząc chaos i zaburzając ład przestrzenny.”			ograniczenia, np. liczbowe i gabarytowe), że utworzenie takiego katalogu nie miałoby sensu. Dodatkowo ciągle powstają nowe rodzaje t.r.i.u.r. 4) Sytuowanie t.r.i.u.r. odbywa się obecnie i będzie się odbywać w przyszłości na podstawie obowiązujących przepisów prawa (np. Prawa budowlanego, ustawy o p.i.z.p.). 5) Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem uchwała krajobrazowa nie może ustalać kolorów reklam. Natomiast projekt uchwały zawiera przepisy dotyczące kolorystyki elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów. 6) Zgodnie z przepisami ustawy o p.i.z.p., uchwałę wykonuje burmistrz. Wprowadzenie ustaleń dotyczących wewnętrznej pracy urzędu wykraczałyby poza określony ustawą o p.i.z.p. zakres uchwały i nie miałyby sensu z punktu widzenia techniki legislacyjnej. Praca na przepisach uchwały będzie odbywać się zgodnie z obowiązującymi przepisami, np. KPA i ustawy o p.i.z.p. 7) Postulat wykracza poza zakres projektu uchwały. 8) Dopuszczone rodzaje i gabaryty t.r.i.u.r. zostały określone właściwie, w wyważony sposób.
18.	30.08.2022.	[*]	„prosimy o uwzględnienie w opracowanym projekcie: 1. Możliwości ogrodzenia terenu nie tylko w sezonie zimowym ale także w pozostałym okresie roku, ponieważ wyciąg narciarski Gigant działa również w lecie jako zjeżdżalnia pontonowa. Ogrodzenie uniemożliwia wejście na teren prowadzonej działalności osobom postronnym , usytuowane jest tylko i wyłącznie po zewnętrznych granicach nieruchomości tj. działki 409 obr.11 wzdłuż asfaltowej drogi biegnącej do średnich skoczni oraz na działkach 410/1, 410/3, 410/5, 410/8 wzdłuż istniejącego wyciągu do granicy skoczni narciarskich. Ogrodzenie terenu umożliwia bezpieczną prace wyciągu narciarskiego w zimie oraz wyciągu pontonowego w lecie, uniemożliwiając osobom postronnym wejście na teren obiektu w inny sposób niż wejściem główne na teren obiektu od ulicy B. Czecha między budynkami 8 i 8a.	Działki nr 409, 410/1, 410/3, 410/5, 410/8 obręb 11 w Zakopanem.	**Uwaga nr 18 – nieuwzględniona**.	1. Ze względu na ochronę wartości przyrodniczych i krajobrazowych, regulacja zagadnień związanych z grodzeniem terenów jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, stanowią jeden z głównych elementów tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę obiektów często szpecących krajobraz oraz umożliwi pozostawienie pozostałych terenów – otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Przyjęcie proponowanej możliwości byłoby sprzeczne z ww. założeniami. Dawałoby możliwość grodzenia większości terenów przez cały rok, w tym m.in. terenów chronionych dotychczas przed

			2. Umożliwienie reklamowanie się nie tylko z sezonie zimowym czyli od 15.12.do 15.04 ale w okresie całego roku gdyż wyciąg pontonowy działa również w sezonie letnim.”			grodzeniem przepisami obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ustalenia projektu uchwały w zakresie grodzenia terenu, w przedmiotowym przypadku praktycznie niewiele różnią się od ustaleń obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego Skocznia w tym zakresie, w którym dla terenów rolnych (w przedmiotowym przypadku położonych dodatkowo w strefie ochrony krajobrazu kulturowego) obowiązuje zakaz realizacji ogrodzeń – z wyjątkiem sezonowych, związanych z koszarowaniem owiec oraz związanych z istniejącą zabudową (o wysokości maks. 1,2 m). Natomiast projekt uchwały dopuszcza grodzenie zorganizowanych terenów narciarskich w sezonie narciarskim. Ustalenia projektu uchwały są zatem bardziej liberalne od ustaleń obowiązującego planu miejscowego. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń w terenach zielonych w ciągu całego roku byłoby sprzeczne z ww. założeniami i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bezpośredniej bliskości parku narodowego. 2. Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r.

						Obowiązujący miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego Skocznia dla terenów rolnych (w przedmiotowym przypadku położonych dodatkowo w strefie ochrony krajobrazu kulturowego) zawiera generalny zakaz lokalizacji reklam i tablic informacyjnych. Natomiast projekt uchwały dopuszcza sytuowanie różnego rodzaju t.r.i.u.r. Ustalenia projektu uchwały są zatem bardziej liberalne od ustaleń obowiązującego planu miejscowego. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. w terenach zielonych w ciągu całego roku byłoby sprzeczne z ww. założeniami i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. w terenach zielonych poza sezonem narciarskim nie jest zasadne. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
19.	30.08.2022.	Polskie Koleje Linowe S.A.	„**W zakresie Działu I**” 1. „**<u>Zmiany / Dodania</u> definicji z § 2 w zakresie:** 29) **sezonie narciarskim** – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia <u>01 grudnia</u> danego roku kalendarzowego do dnia <u>05 maja</u> następnego roku kalendarzowego – *podyktowane jest to tym iż niejednokrotnie sezon na ośrodkach narciarskich zaczyna się wcześniej i kończy później niż proponowany w uchwale 15 grudnia i 15 kwietnia np. na Kasprowym Wierchu sezon narciarski trwa do weekendu majowego (1-3 maja)* <u>46) **tablicy informacji kierunkowej** – należy przez to rozumieć tablicę której głównym celem jest określenie lokalizacji obiektów związanych z obsługą klientów na danym obszarze (np. kierunkowskazy i oznaczenia lokalizacyjne kas; toalet; restauracji itd.)</u> – *pozwoli to uniknąć nieporozumień w jaki sposób traktować tabliczki kierunkowe lokalizowane w obszarze danego ośrodka np. w obszarze Górnej Stacji KLT Gubałówka znajduje się kilka restauracji; wyciąg narciarski; toalety; zjeżdżalnia grawitacyjna; kasy; sklepik z pamiątkami i konieczna jest odpowiednia organizacja komunikacji kierunkowej. Nie jest to to samo co w pkt 11) kierunkowskaz*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 19 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. 1. Projekt uchwały zawiera definicje w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych

			reklamowy (który w domyśle może być lokalizowany na terenie całego Miasta) ponieważ głównym zadaniem jest łatwa identyfikacja obiektów użytkowych w danym ośrodku i może być lokalizowana tylko w najbliższej lokalizacji danych obiektów. W celu ograniczenia możliwości nadużywania takiej interpretacji proponujemy ewentualne ograniczenie maksymalnych powierzchni ekspozycji informacji kierunkowej do np. 0,25 m^2" 2. „**Zmiany / Dodania zapisów w § 4 w zakresie:** 1. Przepisów Rozdziału II – Dział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 10) W formie treści multimedialnej na infokioskach; tablicach multimedialnych; tablicach informacji kierunkowej; urządzeniach automatycznych 11) Ograniczonych treści reklamowych / szyldów (do 0,1 m^2) wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji; lokalizowanych na elementach dekoracji okolicznościowych - *mamy na myśli np. organizowany od kilku lat w obszarze górnej stacji KLT Gubałówka Park Światła; na znacznej ilości ozdób znajdują się logotypy; hashtagi które są spójne z dekoracją a mogły by być traktowane jako treści reklamowe* 12) Reklam i szyldów lokalizowanych płasko przylegle do konstrukcji na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych – *mamy tu na myśli reklamy które są lokalizowane w formie oklejenia pojazdów; analogicznie jak dopuszczone w przypadku pojazdów samochodowych* 13) Reklam i szyldów lokalizowanych wewnątrz budynków i pojazdów 14) Tablic informacji kierunkowych – *zgodnie z definicją z proponowanego pkt. 46*" „**W zakresie Działu II** **Rozdział I OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY**" 3. „**Zmiany § 6 w zakresie <u>zmian/ dodania zapisów</u>:** 1) Użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – <u>maks. 8 m</u> <u>4) Masztów flagowych – maks. 7 m</u>" 4. „**Zmiany § 7 w zakresie <u>zmian/ dodania zapisów</u>:** 2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe,			rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Definicje sezonu narciarskiego funkcjonujące w innych dokumentach przyjętych w Zakopanem, często ustalają jego koniec na koniec kalendarzowej zimy lub koniec marca. Dłuższy sezon narciarski w rozumieniu przepisów uchwały nie mieści się w koncepcji wprowadzenia jego definicji do projektu uchwały. Zgodnie z art. 2 pkt 16a ustawy o p.i.z.p. przez reklamę należy rozumieć upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Zatem to przepisy odrębne określają co stanowi reklamę. Przykładowo tablica informująca o restauracji lub płatnej toalecie stanowi reklamę, ponieważ upowszechnia informację promującą usługi. Natomiast tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 2. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić

			poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika (w tym cegła), materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne – *obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np. laminaty HPL; dibond*" „**Rozdział II TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE, NIESTANOWIĄCE SZYLDÓW**" 5. „**Zmiany § 9 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 1. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**: 6) na urządzeniach automatycznych: c) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi" 6. „**Zmiany § 10 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 7. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów: 1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich; tablic reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, oraz na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, pojazdów funkcjonujących osobowych kolei linowych; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych – *cały obszar górnej stacji KLT Gubałówka (a więc obszar zorganizowanego terenu narciarskiego; zabudowanego budynkiem stacji znajduje się w strefie ochrony konserwatorskiej w związku z czym takie zapisy są potrzebne), podobnie sprawa ma się co do budynków stacyjnych Kolei Linowej Kasprowy Wierch – też są wpisane do Gminnej Ewidencji Zabytków a znajdują się na zorganizowanym terenie narciarskim i są nieruchomościami zabudowanymi dworcami* 2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych i promujących wydarzenia miejskie, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich oraz reklam wyborczych; z wyjątkiem oznaczeń na urządzeniach automatycznych,			warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów; również zgodnie z art. 17a ust. 5 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, opłaty reklamowej nie pobiera się jeżeli tablice lub urządzenia reklamowe nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie; Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 3. Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych, kulturowych i przyrodniczych, regulacja zagadnień związanych z obiektami małej architektury jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania takich obiektów, w tym ich maks. wysokość, stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie nadmiernie zabudowanej przestrzeni Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie gabarytów obiektów małej architektury. Dopuszczenie większych gabarytów obiektów użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych,

			treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych 3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich; oraz na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, pojazdów funkcjonujących osobowych kolei linowych; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych *– zarówno obszar KLT Gubałówka jak i dolnej stacji KL Kasprowy Wierch (a więc obszar zorganizowanego terenu narciarskiego; zabudowanego budynkiem stacji) znajduje się na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej w związku z czym takie zapisy są potrzebne.* 8. Zakazuje się sytuowania dopuszczonych uchwałą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w następujących formach: 3)pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych w miejscu organizacji na terenach wydarzeń miejskich;; urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem urządzeń reklamowych: b) maks. ~~jednego urządzenia reklamowego~~ dwóch urządzeń reklamowych na nieruchomości zabudowanej budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego.” „**Rozdział III SZYLDY**” 7. „**Zmiany § 12 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 3. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji: 1) płasko na ścianach, z wyjątkiem ścian budynków mieszkalnych wielorodzinnych: a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla jednego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku, z wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, na których maks. dwa szyldy tego rodzaju b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju, dla jednego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku			byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale. Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. 4. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. 5. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. 6. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. **niestanowiących szyldów** na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Nawet, jeśli dany obiekt zlokalizowany jest na zorganizowanym terenie narciarskim lub stanowi budynek stacji, ochrona konserwatorska i ochrona parków kulturowych jest najważniejsza. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i

			6. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na obiektach małej architektury i obiektów dekoracji okolicznościowych (świątecznych) 1) na jednym obiekcie maks. jeden szyld; 2) płasko na obiekcie, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia; 3) gabaryty: a) szerokość: maks. ~~1 m~~ 2 m b) wysokość: maks. ~~1 m~~ 1,5 m c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,1 m2 9. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych: 1) płasko na pojeździe, 2) gabaryty: a) szerokość maks. 2 m, b) wysokość maks. ~~1~~ 2 m, c) grubość (głębokość) maks. 1 cm, 3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m2 na krzesełku i maks. ~~2~~ 4 m2 na wagoniku lub gondoli." 8. „**Zmiany § 13 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 8. Zakazuje się sytuowania szyldów w następujących formach: 1) banerów, z wyjątkiem szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich, szyldów związanych z realizacją imprez okolicznościowych 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) szyldów / urządzeń reklamowych, z wyjątkiem okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich; urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem: a) cenników, b) rozkładów jazdy, c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych, d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, oferowanych przez zarządcę obiektu produktach i usługach - na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego – linowego lub linowo-terenowego." „**Rozdział IV OGRODZENIA**" 9. „**Zmiany § 15 w zakresie zmian/ dodania zapisów:**			skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie sytuowania pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Również zwiększenie liczby urządzeń reklamowych o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, dopuszczonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 7. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, ich większej liczby i gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 8. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Dla ochrony ładu przestrzennego zakazane są takie formy szyldów jak baner (nazywany często pejoratywnie „szmatą reklamową"), „potykacz" czy „dmuchaniec". Wyświetlacze z zmiennej treści na

			1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia wyłącznie następujących terenów: 9) Ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa dla zorganizowanych terenów narciarskich (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące) – *bardzo często ogrodzenia terenów narciarskich musza być ogrodzeniami trwałymi, dotyczy to zwłaszcza ogrodzeń służących do zabezpieczania niebezpiecznych miejsc siatkami i materacami które są montowane w sposób trwały np. na fundamentach. Ma to znaczący wpływ na bezpieczną eksploatację takich obiektów.* 3. Dopuszcza się wyłącznie następującą wysokość ogrodzeń: 5m - Dla ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych" 10. „**Zmiany § 16 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 5. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia: 2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, wejść i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu; materiały kompozytowe – *obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np laminaty HPL; dibond* 11) dla ogrodzeń określonych w § 15 ust. 1 pkt 9 i ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki." „**W zakresie Rozdziału III Przepisy Dostosowujące**" 11. „**Zmiany § 17 w zakresie zmian/ dodania zapisów:** 1) obiektów małej architektury: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub lokalizowanych poza miejscami publicznymi lub – *zgodnie z obowiązującym prawem budowlanym obiekty małej architektury poza miejscami publicznymi np. przydomowe mogą być realizowane bez zgłoszeń lub innych decyzji administracyjnych* lub b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi prawomocnymi Warunkami Zabudowy , lub 3) ogrodzeń:			nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego – **jednak wyłącznie linowego lub linowo-terenowego** – powinny co do zasady informować o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, stanowiąc często podstawę decyzji o zakupie biletu, i jest to jedyny powód ich dopuszczenia w projekcie uchwały. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi w tym zakresie. 9. Ze względu na ochronę wartości przyrodniczych i krajobrazowych, regulacja zagadnień związanych z grodzeniem terenów jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, maksymalna wysokość – stanowią główne elementy tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę obiektów często szpecących krajobraz oraz umożliwi pozostawienie pozostałych terenów – otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń w terenach zielonych w ciągu całego roku, jak również ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m – byłoby sprzeczne z ww. założeniami i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bezpośredniej bliskości parku narodowego. Natomiast z przedmiotu ustaleń projektu uchwały są wyłączone ogrodzenia zabezpieczające stanowiące

			a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, lub b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi prawomocnymi Warunkami Zabudowy , lub”			realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych). 10. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Ogrodzenia powinny być możliwie naturalne i wpasowane w krajobraz, wykonane z materiałów historycznie stosowanych w regionie. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi. 11. Rozszerzenie rodzajów wyjątków od obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r.

						Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
20.	31.08.2022.	Park Odskocznia Sp. z o.o.	„Z uwagi na kolejne wyłożenie projektu Uchwały Krajobrazowej oraz jednoczesny brak uwzględnienia wszystkich wcześniej zgłoszonych przez Spółkę postulatów odnośnie zapisów Uchwały, w pierwszej kolejności podtrzymujemy zgłoszone dotychczas uwagi. Ponownie podkreślamy, że cel podjęcia Uchwały krajobrazowej jest słuszny i przyczyni się do podniesienia standardów funkcjonowania reklamy w przestrzeni publicznej i jej uporządkowania na terenie Gminy Zakopane. Skutkiem przyjęcia uchwały nie może być jednak wyłączenie lub zbytnie ograniczenie normalnego i zgodnego z obowiązującym prawem miejscowym, jak również z ogólnymi przepisami prawa, korzystania z nieruchomości przez ich właścicieli i użytkowników oraz prowadzenia na niej określonych działań oraz aktywności, które nie służy przyjętym celom Uchwały Krajobrazowej i może zostać uznane za sprzeczne z zasadą proporcjonalności wyrażoną w art. 31 ust. 3 Konstytucji RP. Celem podjęcia uchwały jest uporządkowanie krajobrazu miasta Zakopane a nie wprowadzenie zakazów i ograniczeń, które nie będą realizować zamierzonego celu, a będą służyły jedynie faktycznemu wyeliminowaniu lub znacznemu ograniczeniu prawa własności i życia gospodarczego, rekreacyjnego oraz społecznego na terenie Zakopanego. **Definicje** W Dziale I pt. „Przepisy Ogólne” zostały przedstawione liczne definicje w tym m.in. definicja „**terenu dostępnego publicznie**”. Pojęcie to jednak zostało ograniczone wyłącznie do terenów „pozostających we władaniu Skarby Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego”. Niezależnie od tego pojęcia Uchwała wprowadza definicję „**zorganizowanego terenu narciarskiego**”, przez którą rozumie się (przez odesłanie ustawowe) „ogólnie udostępnione i odpowiednio naśnieżone lub z odpowiednio przygotowanym sztucznym podłożem, oznaczone i zabezpieczone tereny przeznaczone do uprawiania narciarstwa lub snowboardingu, znajdujące się przy urządzeniach transportu linowego lub taśmowego przeznaczonych do transportu osób, a także narciarskie trasy biegowe oraz parki narciarskie i pólka ćwiczebne". W dalszej części Uchwały	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 20 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności, ani istotę swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Ustalenia projektu uchwały są, generalnie, bardziej liberalne od ustaleń obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, zarówno w zakresie obiektów małej architektury, t.r.i.u.r., jak i ogrodzeń. Definicja terenu dostępnego publicznie jest tożsama z funkcjonującą w uchwałach krajobrazowych lub ich projektach w innych gminach w Polsce, np. w Warszawie. Definicja zorganizowanego terenu narciarskiego jest zawarta w ustawie z dnia 18 sierpnia 2011 r. o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich. Dzięki tej definicji są to określone, łatwe do identyfikacji tereny funkcjonalne, posiadające organizację i zarządzającego, jakimi nie byłyby nieokreślone w przepisach odrębnych „tereny sportowo-rekreacyjne” czy „parki sportowo-rekreacyjne”. Ze względu na ochronę wartości przyrodniczych i krajobrazowych, regulacja zagadnień związanych z grodzeniem terenów jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, stanowią jeden z głównych elementów tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę obiektów często szpecących krajobraz oraz umożliwi pozostawienie pozostałych terenów –

			zarówno teren dostępny publicznie jak i zorganizowany teren narciarski korzystają z określonych uprawnień i obowiązków odnośnie lokalizacji na nich reglamentowanych Uchwałą elementów reklamy oraz ogrodzeń. Pojęcie „terenu dostępnego publicznie" ani pojęcie „zorganizowanego terenu narciarskiego" nie obejmują jednak swoim zasięgiem licznych, znajdujących się na terenie Gminy Miasta Zakopane, ale na gruntach prywatnych, terenów sportowych, rekreacyjnych, edukacyjnych i kompleksów parkowych oraz leśnych, przeznaczonych do różnego rodzaju aktywności sportowej i rekreacyjnej oraz edukacyjnej, a przewidzianej aktami prawa miejscowego, w tym przez miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, których funkcjonowanie – w odpowiedniej formie – stanowi znaczną wartość turystyczną i krajobrazową dla naszego Miasta. Koniecznym jest zatem wprowadzenie dodatkowej definicji (która obejmie swoją dyspozycją również prywatne tereny opisane wyżej) np. „**terenu sportowo – rekreacyjnego**" lub „**parku sportowo – rekreacyjnego**", na którego obszarze możliwe będzie lokalizowanie tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i szyldów na zasadach podobnych jak np. na zorganizowanych terenach narciarskich oraz ich odpowiednie grodzenie. Definicja tego pojęcia winna obejmować m.in. tereny, na których zgodnie z zapisami miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego lub decyzji administracyjnych możliwe jest funkcjonowanie parków sportowych, parków leśnych, rekreacyjnych, edukacyjnych, urządzeń turystycznych, itp. Z uwagi na szerokie spektrum aktywności i sportów zimowych oraz letnich, znacznie wykraczających poza narciarstwo, narciarstwo biegowe oraz snowbording, w tym ścieżek spacerowych i edukacyjnych, torów zjazdowych, saneczkowych, boisk, placów zabaw, parków rekreacyjnych, parków edukacyjnych, kompleksów leśnych, koniecznym jest uwzględnienie tego typ terenów w zapisach Uchwały, celem z jednej strony objęcia ich odpowiednią reglamentacją Uchwały (i ich wizualnego uporządkowania) a z drugiej możliwości ich odpowiedniego zaznaczenia w przestrzeni publicznej oraz zabezpieczenia ogrodzeniem (zarówno przed dostępem osób trzecich jak i z uwagi na bezpieczeństwo osób z tych terenów korzystających). Pominięcie w projekcie Uchwały tak znaczących dla miasta, jego mieszkańców i turystów terenów, stanowiących własność prywatną, ale przeznaczonych do aktywnego spędzania wolnego czasu zarówno przez mieszkańców jak i turystów, stanowi uchybienie, które winno zostać naprawione przez uzupełnienie opisaną wyżej definicją. **Tablice reklamowe, urządzenia reklamowe i szyldy** Zapisy Uchwały dotyczące zarówno lokalizacji, gabarytów, standardów jakościowych i materiałów budowlanych, z których mogą być wykonane tablice reklamowe, urządzenia reklamowe i szyldy		otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Przyjęcie proponowanego brzmienia ustaleń byłoby sprzeczne z ww. założeniami. Dawałoby możliwość grodzenia większości terenów przez cały rok, w tym m.in. terenów chronionych dotychczas przed grodzeniem przepisami obowiązujących planów miejscowych. Ustalenia projektu uchwały w zakresie grodzenia terenu, w przedmiotowym przypadku, a szczególnie terenu Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego, praktycznie niewiele różnią się od ustaleń obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego Skocznia w tym zakresie, w którym dla terenów rolnych (w przedmiotowym przypadku położonych dodatkowo w strefie ochrony krajobrazu kulturowego) obowiązuje zakaz realizacji ogrodzeń – z wyjątkiem sezonowych, związanych z koszarowaniem owiec oraz związanych z istniejącą zabudową (o wysokości maks. 1,2 m). Natomiast projekt uchwały dopuszcza np. dodatkowo grodzenie zorganizowanych terenów narciarskich w sezonie narciarskim. Ustalenia projektu uchwały są zatem bardziej liberalne od ustaleń obowiązującego planu miejscowego. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń w terenach zielonych w ciągu całego roku byłoby sprzeczne z ww. założeniami i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bezpośredniej bliskości parku narodowego. Działaniem pożądanym jest również odzyskiwanie takich terenów. Natomiast z przedmiotu ustaleń projektu uchwały są wyłączone ogrodzenia zabezpieczające stanowiące realizację obowiązku nałożonego przepisami

			winny zostać wyraźnie odniesione do proponowanych wyżej „terenów sportowo-rekreacyjnych”, na zasadach podobnych jak przewidziane np. dla zorganizowanych terenów narciarskich. **<u>Ogrodzenia</u>** Całkowite wyłączenie możliwości grodzenia wyżej opisanych terenów prywatnych, pełniących funkcje sportowo-rekreacyjno-edukacyjne nie jest zgodne z celem Uchwały a stanowi istotną ingerencję w prawo własności nieruchomości i zasady jej zagospodarowania. Zakaz ten nie uwzględnia specyfiki tych terenów oraz bezpiecznego z nich korzystania. Kwestie grodzenie terenów zostały korzystniej uregulowane dla terenów miejskich i znaczących z punktu widzenia Gminy, a w znacznie gorszy sposób (wręcz z całkowitym zakazem grodzenia) dla terenów prywatnych, mimo, że pełniących podobne funkcje sportowe i rekreacyjne jak określone tereny i obiekty publiczne. Wyłożony do publicznego wglądu projekt Uchwały Krajobrazowej, pomimo pewnych zmian wprowadzonych w stosunku do wcześniejszych wersji, nadal w Rozdziale IV pomija opisane wyżej tereny. Zaznaczenia wymaga, że tereny te nie będą często mieścić się w definicji „terenów zabudowy” z § 15 ust. 1 pkt 1 Uchwały lub w definicji „nieruchomości zabudowanej”, którymś z budynków wymienionych w pkt 2 tego przepisu. Miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego nie przewidują tylko terenów zabudowy, ale również tereny parków sportowo-rekreacyjnych, tereny Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego, tereny trawiastych miejsc do gier sportowo-rekreacyjnych, tereny parków leśnych, szlaków turystycznych, ścieżek spacerowych, miejsc do odpoczynku, które to tereny nie są terenami do zabudowy, ani nie ma na nich często zabudowanego budynku, jednak z uwagi na pełnione funkcje i zasady bezpieczeństwa winny mieć możliwość odpowiedniego ich ogrodzenia. W tym miejscu podkreślenia wymaga, że tego typu tereny jak opisane wyżej zostały przewidziane m.in. w Miejscowym Palnie Zagospodarowania Przestrzennego „Skocznia” przyjętego uchwałą Rady Miasta Zakopane nr LI/678/2014 z dnia 27.02.2014. roku. W planie tym, na obszarach oznaczonych jako 2.R/US przewidziano m.in park sportowo-rekreacyjny, w tym Tatrzański Park Edukacyjny, trawiaste miejsca do gier sportowo-rekreacyjnych. Podobnie w terenie oznaczonym jako 2.ZL/ZP przewidziano funkcjonowanie parku leśnego, w tym Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego, z możliwością realizowania urządzeń turystycznych: ciągów spacerowych, urządzonych miejsc do odpoczynku, altan leśnych, zadaszeń ciągów turystycznych i ciągów spacerowych. Funkcjonowanie tego typu parku jak Tatrzański Park Edukacyjny (przewidziany w m.p.z.p.) i terenów, które prowadzone są od lat przez			odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych). Ustalenia projektu uchwały w zakresie grodzenia terenów nie różnią się w istocie od ustaleń funkcjonujących w wielu uchwałach krajobrazowych w innych gminach w Polsce. Wyłączone z możliwości grodzenia najczęściej są tereny zielone, które mają pozostać terenami otwartymi. Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. w terenach zielonych w ciągu całego roku byłoby sprzeczne z ww. założeniami i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. w terenach zielonych poza sezonem narciarskim nie jest zasadne. Projekt uchwały, w porównaniu do obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego Skocznia, nie zakazuje prowadzenia żadnej z wymienionych form działalności, nie reguluje ani nie ogranicza tej materii. Plan miejscowy dla terenów rolnych zakazuje realizacji ogrodzeń – z wyjątkiem sezonowych, związanych z koszarowaniem owiec oraz związanych z istniejącą zabudową (o wysokości maks. 1,2 m) – tak jak projekt uchwały. W tym zakresie nic się nie zmienia. Natomiast projekt

			naszą Spółkę a cieszą się ogromnym zainteresowaniem zarówno mieszkańców jak i turystów, spełniając przy tym wysokie standardy estetyczne, edukacyjne i rekreacyjne, wymaga ze swojej istoty ich ogrodzenia i to zarówno z uwagi na specyfikę terenu: znajdujące się na nim zwierzęta, rośliny, ścieżki edukacyjne, miejsca do odpoczynku i rekreacji jak i bezpieczeństwo ich użytkowników. Zasadnym jest aby poszczególne akty prawa miejscowego ze sobą odpowiednio korespondowały, a zatem skoro dane tereny zostały w miejscowych planach zagospodarowania przewidziane, to winny zostać również uwzględnione w odpowiedni sposób (związany z ich specyfiką) w Uchwale Krajobrazowej. Trudno znaleźć uzasadnienie dlaczego zasadnym i celowym jest grodzenie terenów zabudowy mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej, techniczno-produkcyjnej a już nie terenów boisk, parków sportowo – rekreacyjnych, leśnych i edukacyjnych (w tym Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego) i innych terenów sportowych oraz turystycznych, stanowiących tereny prywatne. Podobnie dlaczego mają być grodzone jedynie zlokalizowane na terenach dostępnych publicznie (a zatem z definicją tylko na terenach pozostających we władaniu Skarbu Państwa i jednostek samorządu terytorialnego) place zabaw, ogródki jordanowskie, siłownie plenerowe a już nie te funkcjonujące na terenach prywatnych. Wydaje się, że nadrzędną funkcją ogrodzenia dla tego typu miejsc jest bezpieczeństwo ich użytkowników. Niezrozumiałym jest jednak dlaczego to bezpieczeństwo ma być inne dla użytkowników terenów publicznych a inne dla użytkowników terenów prywatnych, w tym Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego. Podsumowując wskazujemy, że projekt Uchwały Krajobrazowej w zakresie możliwości sytuowanie ogrodzeń nie uwzględnia w pełni istniejącego stanu faktycznego oraz potrzeb poszczególnych nieruchomości, jak również wszystkich możliwości zagospodarowania i korzystania z nich, w tym wyraźnie przewidzianych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Rozdział IV przedmiotowego projektu wskazuje, że zgodnie z procedowaną Uchwałą sytuowanie ogrodzeń zostanie dopuszczone jedynie na zasadach i warunkach ustalonych w tym Rozdziale, a zgodnie z § 15 projektu Uchwały sytuowanie ogrodzeń zostanie dopuszczone jedynie dla potrzeb grodzenia enumeratywnie wymienionych w uchwale terenów oraz obiektów (w tym określonych budynków). Projekt w wyłożonym do publicznego wglądu brzmieniu całkowicie w katalogu obiektów i terenów objętych możliwością grodzenia pomija m.in: 1. obiekty istniejące lub planowane do realizacji, odnośnie których przepisy prawa budowlanego nie wymagają, lub nie wymagały w poprzednio obowiązującym stanie prawnym, uzyskania pozwolenia na ich budowę lub dokonania zgłoszenia – co w sposób nieuzasadniony wyklucza te obiekty z możliwości grodzenia			uchwały dopuszcza np. dodatkowo grodzenie zorganizowanych terenów narciarskich w sezonie narciarskim. Ustalenia projektu uchwały są zatem bardziej liberalne od ustaleń obowiązującego planu miejscowego. Dodatkowo ogrodzenia zrealizowane na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych nie wymagają dostosowania do przepisów uchwały, zatem usytuowane legalnie ogrodzenia będą mogły pozostać w terenie – w takim przypadku ponownie nic się nie zmienia. Dopuszczenie grodzenia wszystkich obiektów (np. małej architektury), również niewymagających ww. decyzji lub zgłoszeń, również w terenach zielonych, skutkowałoby niekontrolowanym sytuowaniem ogrodzeń praktycznie wszędzie, w tym na terenach chronionych dotychczas przed grodzeniem przepisami obowiązujących planów miejscowych. Mogłyby być grodzone wszystkie niewielkie obiekty, jak ławka, huśtawka czy piaskownica, a nawet nieokreślone „miejsce do gier", niewymagające ww. decyzji i zgłoszeń – dlatego ustalono takie rozgraniczenie w projekcie uchwały. Projekt uchwały dopuszcza grodzenie nieruchomości zabudowanych budynkiem zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych (w szczególności z zakresu prawa budowlanego), zatem usytuowane legalnie budynki będzie można grodzić. Takimi są najczęściej budynki przewidziane w planach miejscowych do utrzymania. Jeśli nie i dany budynek nie został usytuowany zgodnie z przepisami prawnymi, może to oznaczać, że jego przeznaczenie do utrzymania w planie miejscowym było błędem (wynikającym ze skomplikowanej i długotrwałej procedury udowodnienia nielegalnego usytuowania budynku), którego nie należy rozszerzać na możliwość ogrodzenia takiego budynku Tym bardziej, że takie „pół-legalne" (nielegalne jako takie, lecz przeznaczone do zachowania w planach miejscowych) budynki najczęściej znajdują się w terenach zielonych i nie powinny być dodatkowo grodzone.

			pomimo, że ich charakter i sposób korzystania z nich może uzasadnić ich ogrodzenie np. obiekty małej architektury i obiekty sportowe, które nie są publicznie dostępne, gdyż znajdują się na nieruchomościach stanowiących własność prywatną, np. stoki narciarskie, obiekty stanowiące element parków edukacyjnych, parków i kompleksów leśnych (np. Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego), 2. nieruchomości zabudowane budynkami, które to budynki nie zostały zrealizowane na podstawie decyzji o pozwoleniu na budowę lub zgłoszeń, a które to zostały przewidziane w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego do utrzymania a jednocześnie nie znajdują się na terenie zabudowy mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej czy techniczno-produkcyjnej ustalonej w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego; 3. terenów sportowo -rekreacyjnych, miejsc do gier, parków edukacyjnych, parków leśnych, sportowych, rekreacyjnych itp. Z powyższych ograniczeń wynika, że nie wszystkie tereny, na których posadowienie ogrodzenia jest celowe i zasadne i powiązane z funkcją terenu (m.in. przewidzianą w zapisach prawa miejscowego) oraz mające zapewnić bezpieczeństwo osób, fauny i flory zostały objęte projektem Uchwały, co czyni koniecznym dokonanie zmiany redakcji tych postanowień. **Z uwagi na powyższe uzasadnienie wnioskujemy o:** 1. wprowadzenie w **§ 2 ust. 1** Uchwały Krajobrazowej dodatkowej definicji „**terenu sportowo-rekreacyjnego**" jako terenu, na którym zgodnie z zapisami miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego lub decyzji administracyjnych możliwe jest funkcjonowanie parków sportowych, parków leśnych, parków rekreacyjnych, parków edukacyjnych, miejsc turystycznych lub innych związanych ze sportem, edukacją i szeroko rozumianą rekreacją, 2. dopisanie w Dziale II w Rozdziale I w § 6 pkt 1 in fine słów: „***oraz znajdujących się na ternach sportowo – rekreacyjnych***" (*po uprzednim w prowadzeniu definicji zgodnie z pkt 1*) 3. uregulowanie w **Rozdziale II i Rozdziale III** zasad dotyczących tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz szyldów również dla terenów sportowo-rekreacyjnych (*po uprzednim w prowadzeniu definicji zgodnie z pkt 1*), 4. pozostawienie w **Rozdziale IV** jedynie postanowień dotyczących określenia gabarytów, standardów jakościowych i materiałów z jakich mogą być wykonane ogrodzenia, wraz z ewentualnym wskazaniem dalszych warunków stawiania tych ogrodzeń, bez wprowadzania generalnego zakazu grodzenia, poza wypadkami wskazanymi w uchwale, tj. zastosowanie takiej samej techniki			Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bezpośredniej bliskości parku narodowego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			legislacyjnej jak przyjęta w przedmiotowym projekcie odnośnie obiektów małej architektury – odnośnie których nie wprowadzono generalnego zakazu ich stawiania i bez wskazywania gdzie stawianie ogrodzeń jest dopuszczalne (kwestie te są w pełni uregulowane w obowiązujących przepisach), poprzez np: a) nadanie **§ 14** następującego brzmienia: „**Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale, wyłącznie o ustalonych w nim gabarytach, standardach jakościowych oraz rodzajach materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”.** b) **usunięcie zapisów § 15 ust. 1, 2 w całości** , ewentualnie o c) dopisanie w **§15 ust. 1** kolejnego punktu w brzmieniu: „**terenów sportowo-rekreacyjnych**” lub **„Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego” oraz „ terenów hodowli zwierząt i roślin”** d) **dopisanie w §15 ust. 1 pkt 2** również **„budynku inwentarskiego i budynku gospodarczego” oraz „budynku zaznaczonego lub przeznaczonego do pozostawienia w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego”** oraz e) **w § 15 ust. 2 dopisanie kolejnego punktu w brzmieniu „organizacji i bezpieczeństwa terenów sportowo-rekreacyjnych”** lub **„organizacji i bezpieczeństwa Tatrzańskiego Parku Edukacyjnego”**, f) **dopisanie w § 15 ust. 2 pkt 3) in fine „ i lasów prywatnych”,** odpowiednie przeredagowanie zapisów **Działu III**, w taki sposób aby uwzględniały zapisy w brzmieniu proponowanym wyżej tj. aby albo nie dotyczyły ogrodzeń albo dotyczyły jedynie konieczności dostosowania gabarytów, rozmiarów i materiałów, z których są ogrodzenia są wykonane.”			
21.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 21 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
22.	31.08.2022.	[*]	„W pełni popieram uwagi do projektu uchwały krajobrazowej miasta Zakopane przedstawione przez Towarzystwo Opieki nad Zabytkami – Oddział Podhalański im. St. Witkiewicza. Uwagi w załączniku.” Uwagi w załączniku stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 22 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
23.	31.08.2022.	[*]	„W pełni popieram uwagi do projektu uchwały krajobrazowej miasta Zakopane przedstawione przez Towarzystwo Opieki nad Zabytkami – Oddział Podhalański im. St. Witkiewicza. Uwagi w załączniku.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 23 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.

			Uwagi w załączniku stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.			
24.	31.08.2022.	[*]	„w pełni popieram uwagi do projektu uchwały krajobrazowej miasta Zakopane przedstawione przez Towarzystwo Opieki nad Zabytkami – Oddział Podhalański im. St. Witkiewicza. Uwagi w załączniku." Uwagi w załączniku stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 24 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
25.	31.08.2022.	[*]	„Składam następujące uwagi do projektu uchwały krajobrazowej:" Uwagi stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 25 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
26.	31.08.2022.	Jeronimo Martins Polska S.A.	„JMP postuluje o: 1. Przyjęcie dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy tablic i urządzeń na 40 % powierzchni prześwitu każdej witryny, a nie jak obecnie 20 % (§ 10 ust. 1, § 13 ust. 1, § 12 ust. 1), wynika z faktu iż 20 % to za mała powierzchnia, by eksponować reklamy bądź szyldy w sposób widoczny dla klienta; 2. Dopuszczenie sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych również na innych nieruchomościach, poza obiektami sportowymi, instytucjami kultury i terenami narciarskimi; W sieci Biedronka stosuje się wolnostojące gabloty reklamowe. Bywa, że gabloty te montowane są na budynkach, ale czasami jest to niemożliwe np. z powodu drewna na elewacji. Czasem montowane są również na wiatach na wózki, co będzie również niedopuszczalne w oparciu o projektowaną uchwałę. Wszystkie te ograniczenia spowodują, że przy niektórych sklepach Biedronka nie będzie mogła mieć żadnych tablic reklamowych, dlatego zasadne jest dopuszczenie możliwości sytuowania tablic wolnostojących przynajmniej w przypadkach, gdy nie mogą być umieszczone na budynkach (§ 9 ust. 2); 3. Dopuszczenie sytuowania tablic i urządzeń również na ścianach licowanych drewnem bądź dopuszczenie sytuowania tablic i urządzeń w formie wolnostojącej – uzasadnienie jak w punkcie powyżej (§ 9 ust. 1); 4. Usunięcie zapisu § 9 ust. 1 pkt 1) lit. c) („łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednym budynku: maks. 12 m2") – zapis jest zbędny z tej przyczyny, że uchwała i tak wprowadza ograniczenie powierzchniowe (max. 20 % powierzchni elewacji w strefie parteru dla powierzchni łącznej wszystkich tablic, urządzeń, w tym szyldów); po drugie – zapis jest niedopuszczalny, gdyż w ten sposób w istocie wprowadza limit tablic i urządzeń na 2 takie tablice/urządzenia (przy maksymalnych dopuszczalnych wymiarach 3m x 2 m możliwe jest posadowienie tylko 2 tablic/urządzeń), co jest sprzeczne z prawem, gdyż uchwałodawca nie może wprowadzać limitów reklam, może limitować wyłącznie	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 26 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. 1. Projekt uchwały ustala łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r., w tym stanowiących szyldy (z wyłączeniem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych), sytuowanych na elewacji w strefie parteru, w tym w witrynach – na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni prześwitu każdej witryny. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. w witrynach do 40% byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 2. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów w formie wolnostojącej jest generalnie sprzeczne z założeniami projektu uchwały i prowadzi do degradacji ładu przestrzennego. Takie dopuszczenie na nieruchomościach zabudowanych znaczącym

			liczbę szyldów (tak wynika z rozstrzygnięcia nadzorczego Wojewody Świętokrzyskiego z dnia 26 maja 2022 r. w związku z uchwałą krajobrazową w Kielcach, Znak: SPN.III.4130.21.2022, stwierdzającego nieważność uchwały w części); 5. Dopuszczenie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na urządzeniach budowlanych takich jak wiata na wózki – w przypadku sklepów Biedronka jest to konieczne w tych przypadkach, gdy elewacja jest ma za małą powierzchnię nieprzeszkloną by zmieścić gablotę reklamową, bądź gdy elewacja jest drewniana – wtedy uzasadnione jest dopuszczenie tablic/urządzeń na wiacie na wózki, bo jednocześnie zgodnie z uchwałą gabloty wolnostojące są niedopuszczalne; 6. Dopuszczenie stosowania oświetlenia tablic i urządzeń reklamowych innych niż kierunkowskazy reklamowe; Biedronka stosuje oświetlenie w przypadku gablot reklamowych zawierających gazetki reklamowe (reklamy produktów) – gabloty te muszą być oświetlone, w przeciwnych wypadku zapoznanie się przez klientów z ich treścią po zmroku będzie istotnie utrudnione; 7. Zwiększenie dopuszczalnych parametrów dla tabliczek kierunkowych; szerokość na 1,5 m, powierzchnia ekspozycji reklamy do 0,75 m2 (w każdym przypadku); ewentualnie wprowadzenie zapisu, że dopuszczalne jest odstępstwo do 10 % od parametrów skazanych w uchwale; w przypadku strzałek kierunkowych stosowanych przez Biedronkę, są one większe od dopuszczalnych wymiarów o kilka centymetrów; nie byłoby ekonomicznie uzasadnione usuwanie tych nośników i zamontowanie nowych mniejszych o kilka centymetrów; przy skali działalności Biedronki będą to znaczne koszty (§ 9 ust. 4 pkt 3); 8. Usunięcie zapisu o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów wolnostojących (§ 9 ust. 4 pkt 3) lit. e) – gdyż taki zapis wprowadza w istocie limit kierunkowskazów reklamowych, co jest niedopuszczalne (jak wskazano wyżej); ewentualnie zwiększenie dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy z maks. 1,2 m2 dla jednostronnych do 1,5 m2 i z maks. 2,4 m2 dla dwustronnych do 3m2; 9. Zwiększenie dopuszczalne grubości szyldów w każdym przypadku na 30 cm; szyldy Biedronki (logotypy w formie podświetlanych od wewnątrz kasetonów) ze względu na rodzaj instalacji muszą mieć większą grubość (§ 12 w każdym przypadku, gdy grubość określono na mniej niż 30 cm); 10. W przypadku szyldów sytuowanych powyżej strefy parteru dopuszczenie szyldów innych niż tylko w formie ażurowej; dopuszczenie również takich szyldów, jakie podmiot prowadzący działalność stosuje w ramach swojego standardu; chodzi tu o taką sytuację, gdy np. w danym budynku jest tylko jeden podmiot			obiektem sportowym, obiektem instytucji kultury i na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim, jest działaniem dla rozwoju kultury i sportu, w tym narciarstwa, na terenie Zakopanego, jako głównych rodzajów działalności mających stanowić o jego tożsamości. Jednak takie dopuszczenie na innych terenach skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Natomiast o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują, informują t.r.i.u.r. stanowiące **szyldy**. Wnioskowane t.r.i.u.r. mogą stanowić szyldy i w takim przypadku mogą być dopuszczone przepisami projektu uchwały. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi może być bezprzedmiotowy. 3. Brak dopuszczenia sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na ścianach licowanych drewnem stanowił jeden z elementów ww. regulacji i miał na celu ochronę elewacji stanowiących często o tożsamości Zakopanego. Drewno było tutaj historycznie podstawowym materiałem budowlanym, a miasto słynie ze stylowej architektury drewnianej, którą należy możliwie chronić i konserwować dla przyszłych pokoleń. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu generalnie nie daje możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na ścianach budynków. Taka możliwość skutkowałaby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Nawiasem, wnoszący uwagę sam stwierdził w jej punkcie 2, że „bywa, że gabloty te montowane są na budynkach, ale czasami jest to niemożliwe np. z powodu drewna na elewacji”. Wzmianka o niemożności sytuowania t.r.i.u.r. na elewacjach drewnianych znajduje się również w punkcie 5 uwagi. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów w formie wolnostojącej jest generalnie sprzeczne z założeniami projektu

			gospodarczy, ale budynek ma taką formę i miejsce usytuowania w przestrzeni publicznej (np. zasłaniające drzewa), że zasadne jest umieszczenie szyldu na górze budynku, powyżej strefy parteru – ważne jest w takim przypadku umożliwienie stosowania takich szyldów, jakim podmiot posługuje się zwyczajowo; wymóg zmiany w tym zakresie stanowiłby zbyt daleko idącą ingerencję w swobodę działalności gospodarczej (§ 12 ust. 3); 11. Zwiększenie dopuszczalnej wysokości szyldów sytuowanych na ścianach powyżej strefy parteru do 2,5 m w orientacji poziomowej oraz grubość do 30 cm (§ 12 ust. 3 pkt 1) lit. d); 12. Zwiększenie maksymalnej szerokości przy szyldach w witrynach sytuowanych powyżej strefy parteru do 5 m; zwiększenie maksymalnej wysokości do 2,5 m; dopuszczenie innych form szyldów niż wyłącznie forma ażurowa; zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamy do 10 m2 (§ 12 ust. 3 pkt 2); 13. Dopuszczenie stosowania również oświetlenia wewnętrznego w przypadku szyldów; szyldy, jakie stosuje Biedronka są podświetlane od wewnątrz; jest to wymóg konieczny, podświetlenie wewnętrzne to element stale stosowany w ramach standardowych logotypach, którymi posługuje się Biedronka; szyldy muszą być podświetlane, gdyż sklepy czynne są do późnych godzin nocnych bądź całodobowo; podświetlenie jest wewnętrzne i przy tego rodzaju szyldach nie ma możliwości zamocowania podświetlenia zewnętrznego (§ 13 ust.9); 14. Doprecyzowanie zapisów uchwały w zakresie, w jakim dopuszcza sytuowanie szyldów na terenach, na których prowadzona jest działalność, w formie wolnostojącej w ten sposób, by jednoznacznie dopuścić sytuowanie totemów; Biedronka stosuje szyldy umieszczone na betonowych słupach (totem); zapis § 12 ust. 10 nie precyzuje jednoznacznie, czy gabaryty podane dla orientacji poziomej i pionowej dotyczą wyłącznie samego szyldu, czy dotyczą całości urządzenia; nie można jednoznacznie stwierdzić, czy totemy jakie stosuje Biedronka są orientacji pionowej (tak trzeba by przyjąć, gdyby brać pod uwagę również wysokość słupa) czy poziomej (tak trzeba by przyjąć, gdyby nie brać pod uwagę słupa); postuluje się zwiększenie parametrów, by dopuszczalne było sytuowanie szyldów o szerokości szyldu 5m i wysokości szyldu 2,5 m na słupie o wysokości 9 m, czyli łącznie 11,5 m wysokości; W każdym przypadku dopuszczalna grubość powinna wynosić 30 cm (§ 12 ust. 10); 15. wydłużenie terminu na dostosowanie do 86 miesięcy, ponieważ termin wskazany w projekcie uchwały będzie się wiązał z dużymi nakładami finansowymi. Koszt dostosowania reklam do zapisów uchwały będzie bardzo wysoki przy skali działalności Biedronki, dlatego termin musi być wydłużony. Proponowany termin 86 miesięcy to okres, po upływie którego sklepy są remontowane, zaś			uchwały i prowadzi do degradacji ładu przestrzennego. Takie dopuszczenie na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym, obiektem instytucji kultury i na zorganizowanych terenach narciarskich w sezonie narciarskim, jest działaniem dla rozwoju kultury i sportu, w tym narciarstwa, na terenie Zakopanego, jako głównych rodzajów działalności mających stanowić o jego tożsamości. Jednak takie dopuszczenie na innych terenach skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego.. Natomiast o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują, informują t.r.i.u.r. stanowiące szyldy. Wnioskowane t.r.i.u.r. mogą stanowić szyldy i w takim przypadku są dopuszczone przepisami projektu uchwały. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi może być bezprzedmiotowy. 4. Ograniczenie łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. na elewacji w strefie parteru nie jest tożsame z ograniczeniem łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. danego rodzaju. Obydwa ograniczenia są istotne dla zmniejszenia liczby i gabarytów t.r.i.u.r. na budynkach, a tym samym dla ochrony ładu przestrzennego. Przepis § 9 ust. 1 pkt 1 lit. c projektu uchwały był zgodny z przepisami odrębnymi i orzecznictwem w tym zakresie. Nie wprowadzał on ograniczenia liczbowego dla t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów. Wszak zgodnie z jego brzmieniem możliwe jest usytuowanie, przykładowo, zarówno dwóch tablic reklamowych o powierzchni ekspozycji reklamy 6 m^2 każda, jak i sześciu tablic reklamowych o powierzchni ekspozycji reklamy 2 m^2 każda. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do usunięcia maksymalnej dopuszczalnej łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. danego rodzaju. 5. Dopuszczenie możliwości sytuowania t.r.i.u.r. „na urządzeniach budowlanych takich jak wiata na

			tablice i urządzenia reklamowe mogą być wymienione i dostosowane do przepisów uchwały. Mając na uwadze powyżej zaproponowane zmiany wskazać należy, że ich zaimplementowanie do przedmiotowej uchwały czyniłoby zadość wywiedzionej z treści artykuł 2 Konstytucji RP zasadzie ochronie praw nabytych, której przestrzeganie ma szczególne znaczenie w sytuacji, w której dochodzi do zmian dotychczas obowiązujących przepisów, zwłaszcza tych, które znalazły już zastosowanie, jako czynnik kształtujący sytuację prawną ich adresatów, a ponadto zasadzie wynikającej z treści art. 31 ust. 1 Konstytucji RP rozumianej jako prawo do promocji, prowadzenia działań marketingowych, czy prawo do reklamy marki oraz produktów. Ponadto, należy wskazać, iż zapisy uchwały krajobrazowej powinny gwarantować, iż obiekty, urządzenia lub inne budowle, w tym w szczególności urządzenia czy tablice reklamowe, które zostały wzniesione na podstawie pozwolenia na budowę, wymaganego zgłoszenia lub zgodnie z właściwymi przepisami nie podlegałby usunięciu lub zdemontowaniu z uwagę na ochronę praw nabytych. Zapisy uchwały powinny jedynie eliminować z krajobrazu obiekty, urządzenie lub inne budowle, które stanowią „samowolę budowlaną". W każdym razie, w pierwszej kolejności należy dać pierwszeństwo nośnikom spełniającym wymogi formalno-prawne przed samowolą budowlaną, następnie należy dokonać oceny prawidłowości tych legalnych nośników. Kończąc, należy wskazać na wady prawne projektu uchwały krajobrazowej dla miasta Zakopane w sprawie zasad i warunków sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie miasta Zakopane, które jednak zostałyby wyeliminowane wskutek przyjęcia powyżej zaproponowanych zmian. **1. Naruszenie zasady ochrony praw nabytych oraz pewności prawa i zaufania obywateli do państwa** Za ujęciem zaproponowanych zmian przemawia fakt, że na etapie przygotowywania projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń doszło do przekroczenia ustawowego upoważnienia przyznanego organom samorządowym skutkującego uchybieniem polegającym na niezapewnieniu ochrony urządzeniom reklamowym obecnie istniejącym, a powstałym zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i nie nadającymi się do zmiany bez głębokich i kosztownych ingerencji w ich strukturę, co stanowi naruszenie konstytucyjnej zasady ochrony praw nabytych			wózki" byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 6. Dopuszczenie możliwości zewnętrznego oświetlenia t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów jest generalnie sprzeczne z założeniami projektu uchwały i prowadzi do degradacji ładu przestrzennego. Takie dopuszczenie w stosunku do kierunkowskazów reklamowych wynika ze specyfiki Zakopanego, jako miasta turystycznego. Jednak takie dopuszczenie w stosunku do wszystkich t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Natomiast o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują, informują t.r.i.u.r. stanowiące szyldy. Wnioskowane t.r.i.u.r. mogą stanowić szyldy i w takim przypadku ich zewnętrzne oświetlenie jest dopuszczone przepisami projektu uchwały. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi może być bezprzedmiotowy. 7. Dopuszczenie ustalonych gabarytów kierunkowskazów reklamowych jest wynikiem szeregu analiz, w tym analiz uwag złożonych na etapach wyłożeń projektu uchwały do publicznego wglądu. Dopuszczenie jeszcze większych gabarytów kierunkowskazów reklamowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 8. Usunięcie parametru łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej na jednej nieruchomości byłoby sprzeczne z założeniami zawartymi w uwadze ogólnej na początku niniejszego wiersza tabeli,

			wynikającej z artykuł 2 Konstytucji RP. Ponadto wskazać należy, że treść § 17 przedmiotowej uchwały w zakresie w jakim nakłada on na właścicieli ograniczony czasowo i generujący koszty obowiązek dostosowania już istniejących i powstałych zgodnie z obowiązującym prawem tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, również pozostaje w sprzeczności z konstytucyjną zasadą ochrony praw nabytych. **2. Naruszenie zasady wolności działalności gospodarczej i prawa własności** Kolejno wskazać należy, że uwzględnienie powyżej zaproponowanych zmian zredukowałoby w sposób istotny bezprawny wpływ przedmiotowej uchwały na wolność działalności gospodarczej rozumianej przez pryzmat treści art. 31 ust. 1 Konstytucji RP jako prawo do promocji, prowadzenia działań marketingowych, czy prawo do reklamy marki oraz produktów, które zgodnie z treścią art. 22 Konstytucji RP mogą być ograniczone tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny. W związku z powyższym, uwzględnienie uwag wyszczególnionych w niniejszym piśmie jest uzasadnione.”			skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Przepisy w tym zakresie są zgodne z przepisami odrębnymi i orzecznictwem. Nie wprowadza on ograniczenia liczbowego dla kierunkowskazów reklamowych. 9. Maksymalne dopuszczalne gabaryty szyldów są wynikiem szeregu analiz przeprowadzonych na różnych etapach sporządzenia projektu uchwały. Dopuszczenie większej grubości (głębokości) szyldów byłoby sprzeczne z założeniami zawartymi w uwadze ogólnej na początku niniejszego wiersza tabeli i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. 10. Dopuszczenie szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, sytuowanych równolegle do elewacji, wyłącznie formy ażurowej, jest wynikiem szeregu analiz przeprowadzonych na różnych etapach sporządzenia projektu uchwały. Wniesiono szereg uwag dotyczących wprowadzenia zakazu sytuowania szyldów powyżej strefy parteru. Dopuszczenie formy ażurowej stanowi zatem pewnego rodzaju kompromis. Szyldy powyżej strefy parteru powinny być filigranowe i wpasowane w architekturę budynku. Dopuszczenie formy szyldów innej niż ażurowa byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. 11. Maksymalne dopuszczalne gabaryty szyldów są wynikiem szeregu analiz przeprowadzonych na różnych etapach sporządzenia projektu uchwały. Dopuszczenie większej wysokości i grubości (głębokości) szyldów sytuowanych na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji, w orientacji poziomej, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. 12.

						Maksymalne dopuszczalne gabaryty szyldów są wynikiem szeregu analiz przeprowadzonych na różnych etapach sporządzenia projektu uchwały. Tak samo dopuszczenie dla szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, sytuowanych równolegle do elewacji, wyłącznie formy ażurowej. Wniesiono szereg uwag dotyczących wprowadzenia zakazu sytuowania szyldów powyżej strefy parteru. Dopuszczenie ustalonych gabarytów oraz formy ażurowej stanowi zatem pewnego rodzaju kompromis. Szyldy powyżej strefy parteru powinny być filigranowe i wpasowane w architekturę budynku. Dopuszczenie większych gabarytów oraz formy szyldów innej niż ażurowa, dla szyldów sytuowanych w witrynach powyżej strefy parteru, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. 13. Projekt uchwały nie reguluje kwestii wewnętrznego podświetlenia szyldów, ani ich barwy (tym samym dopuszczone jest np. sytuowanie szyldów w formie kolorowych neonów), a jedynie kwestię ich oświetlenia zewnętrznego – wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi jest bezprzedmiotowy. 14. Zgodnie z § 2 ust. 1 pkt 38 projektu uchwały, przez wysokość wolnostojącej tablicy reklamowej lub wolnostojącego urządzenia reklamowego należy rozumieć całkowity wymiar pionowy, mierzony od najniższego poziomu terenu, na którym usytuowana jest ta tablica lub usytuowane jest to urządzenie, do poziomu najwyżej położonego punktu tej tablicy lub tego urządzenia. Gabaryty t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej, w tym ich wysokość, dotyczą zatem całej tablicy reklamowej lub całego urządzenia reklamowego, wraz z konstrukcją nośną. Takim urządzeniem reklamowym może być totem, o ile jego gabaryty będą spełniać wszystkie wartości maksymalne ustalone uchwałą. Projekt uchwały jest wystarczająco precyzyjny w tym zakresie.

						Maksymalne dopuszczalne gabaryty szyldów są wynikiem szeregu analiz przeprowadzonych na różnych etapach sporządzenia projektu uchwały. Dopuszczenie większych gabarytów szyldów w formie wolnostojącej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby degradacją ładu przestrzennego. 15. Na pewnym etapie sporządzenia uchwały krajobrazowej, termin na dostosowanie do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale został wydłużony o 6 miesięcy w stosunku do pierwszej wersji projektu uchwały. Stanowiło to uwzględnienie uwagi nr 7.12 wniesionej na etapie I wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Wniesiono jednak szereg uwag dotyczących skrócenia tego terminu do 12 miesięcy. Ostatecznie uznano, że wydłużenie terminu dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą do 18 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, skutkowałoby dłuższym pogarszaniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Termin 12 miesięcy stanowi uwzględnienie uwagi nr 6 wniesionej na etapie czwartego wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności, ani istotę swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów

						małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, **ale nie t.r.i.u.r.** Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
27.	31.08.2022.	[*]	„W pełni popieram uwagi do projektu uchwały krajobrazowej miasta Zakopane przedstawione przez Towarzystwo Opieki nad Zabytkami – Oddział Podhalański im. St. Witkiewicza. Uwagi w załączniku.” Uwagi w załączniku stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 27 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
28.	31.08.2022.	[*]	„Bardzo cieszymy się z projektu ustawy krajobrazowej, która mamy nadzieję przywróci harmonię i ład przestrzenny Zakopanego. Od lat czekamy z na jej wprowadzenie. Jednak w projekcie poddanym konsultacji społecznej uderzają pewne nieścisłości i nierówne traktowanie podmiotów. Wydaje się też być zbyt liberalna. 1. Ogólnie uważamy, że powierzchnia maksymalna dozwolonych reklam (w tym szyldów) powinna byc znacznie niższa niż proponowana. (średnio pomniejszona o min. 50%.). 2. Powinna równo traktować wszystkich, dotyczyć także stoków narciarskich, stacji benzynowych, obiektów i urządzeń budowlanych, itp. Przy tych ostatnich obawiamy sie nadużyć w postaci pozorowanych urządzeń budowlanych, które faktycznie będą nośnikami reklam. W Zakopanem reklama na płocie czy budowie powinna być po prostu ZAKAZANA. 3. Informacja - szyld powinna być ograniczony ilościowo do 1 szyldu dla 1 podmiotu na 1 obiekcie. 4. Doprecyzowania wymaga moc i godziny oświetlania reklam i szyldów, aby ograniczyć zanieczyszczenie światłem. Poniżej przedstawiamy nasze bardziej precyzyjne uwagi do proponowanej ustawy:	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 28 – nieuwzględniona**.	Dopuszczone gabaryty i rodzaje t.r.i.u.r. zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Projekt uchwały zawiera ustalenia obowiązujące dla terenu całej Gminy Miasta Zakopane w jego granicach administracyjnych, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu. Ustalenia dotyczą wszystkich podmiotów funkcjonujących na terenie gminy, natomiast są niekiedy zróżnicowane ze względu na rodzaj terenu lub obiektu. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego.

			Dział I A DZ I **§ 4. 1. pkt 1** JEST Zapisane: 1) jako oferty zbycia lub wynajmu w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty, jednak maks. jednej oferty o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3 m2 dla jednego zbywanego lub wynajmowanego lokalu, budynku lub nieruchomości, na czas nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku; **komentarz** Nie ma powodu zawieszać informacją o zbyciu reklamą o powierzchni 3m2. dla wynajmu stosuje się szyld a dla sprzedaży - są inne miejsca dla ogłoszeń sprzedaży - internet , gazeta **Propozycja** : usunąć DZ I **§ 4. 1. pkt 1** B. DZ I **§ 4. 1. pkt 6** 6) płasko, przylegle – namalowanych lub naklejonych – na fabrycznych konstrukcjach zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych: pojazdów samochodowych, przyczep, naczep, lawet i kolejek turystycznych; komentarz: Powinno dopuścić wyłącznie formę informacyjną o małej powierzchni Propozycja: 0,25 m2, wyłącznie o charakterze informacyjnym np. logotyp instytucji. C. DZ I **§ 4. 1. pkt 7** 7) płasko, przylegle – namalowanych lub naklejonych – na fabrycznych konstrukcjach rowerów cargo i wózków rowerowych; **komentarz. Określić powierzchnię i charakter informacji:** Propozycja: 0,25 m2, wyłącznie o charakterze informacyjnym np. logotyp instytucji/ właściciela.. DZIAŁ II D. DZII 1. **§ 7. pkt 3** 3. Dopuszcza się oświetlenie obiektów małej architektury wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej. komentarz: istotne jest wprowadzenie ograniczenia czasowego oswietlenia małej architektury, tak żeby smog świetlny nie zakłócał wegetacji zwierząt i roślin Propozycja: Dopuszcza się oświetlenie obiektów małej architektury wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej. do godziny 23.00. E. DZII 1. **§ 7. pkt 5**			Łączna liczba szyldów na jednym budynku w praktyce nie jest wysoka, zwłaszcza w przypadku budynków wolnostojących. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch”, „Pensjonat Biały Ślad”, „Restauracja Gazdowo Kuźnia”, „Pijalnia Czekolady E. Wedel”), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. Ustalenia dotyczące mocy i godzin oświetlenia t.r.i.u.r. wykraczałyby poza określony ustawą o p.i.z.p. zakres uchwały. A. Istnieją interpretacje przepisów prawnych, zgodnie z którymi oferty zbycia lub wynajmu, zwłaszcza te niezawierające nazwy czy logo, nie stanowią reklamy i mogłyby tak czy inaczej pozostawać poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej. W opinii organu stanowią one reklamę, zatem pierwotnie wyłączono określone oferty ze stosowania przepisów uchwały, by wyeliminować wątpliwości. Miejsce oznaczało nieruchomość, a przepisów uchwały nie należało stosować do jednej oferty na jednej nieruchomości. Oferty nie miały dotyczyć wynajmu krótkoterminowego. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie zawiera wyłączenia ze stosowania przepisów uchwały dla reklam sytuowanych jako oferty zbycia lub wynajmu. B. i C. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. D.

			5) dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3, w tym jaskrawej kolorystyki. komentarz: nie ma powodu wyłączać obiektów określonych w § 6 pkt 1 z ustaleń pkt 2, 3 i 4 Propozycja: usunąć DZII 1. **§ 7. pkt 5** **F. DZ II r. II § 9.** 1. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**: Komentarz: Nie widzimy powodu do wyłączania obiektów i urządzeń budowlanych spod zakazu umieszczania reklam. Propozycja: - dopuszcza się usytuowanie tablicy informacyjnej na obiekcie budowlanym płasko na ścianie w strafie parteru o pow. max 1m 2 - usunąć punkty: **DZ II r. II § 9. 1. 1)b, c; DZ II r. II § 9. 1. 1), DZ II r. II § 9. 1. 2)** **- DZ II r. II § 9. 1. 3)** Komentarz: Nie widzimy powodu do wyłączania ogrodzeń budowlanych spod zakazu umieszczania reklam. Propozycja: dopuszcza się usytuowanie tablicy informacyjnej na ogrodzeniu obiektu budowlanym płasko na ścianie w strafie parteru o pow. max 1m 2 **DZ II r. II § 9. 1. 4)** Komentarz: Nie widzimy powodu do wyłączania obiektów narciarskich i sportowych spod zakazu umieszczania reklam. Propozycja : dopuszcza się usytuowanie tablicy informacyjnej na ogrodzeniu obiektu narciarskiego w okresie sezonu narciarskim o pow. max 1m 2 **DZ II r. II § 9. 1. 5)** Komentarz: Nie widzimy powodu do wyłączania wiat przystankowych spod zakazu umieszczania reklam. Propozycja : dopuszcza się usytuowanie tablicy informacyjnej na wiacie przystankowej o pow. max 1m 2 **DZ II r. II § 9. 1. 7** Komentarz: Nie widzimy powodu do wyłączania kolejek i krzesełek spod zakazu umieszczania reklam. Propozycja : dopuszcza się usytuowanie logotypu/ szyldu j o pow. max 0,25 m2 G. **DZ II r. II § 9. 2**			Ustalenia dotyczące godzin oświetlenia obiektów małej architektury wykraczałyby poza przyjęty zakres uchwały. E. Dopuszczenie stosowania innych materiałów i innej, w tym jaskrawej, kolorystyki dla użytkowych obiektów małej architektury służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych, jest podyktowane względami bezpieczeństwa dla użytkowników takich obiektów. Podobne dopuszczenia funkcjonują w uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce, np. w Krakowie. F. Przepisy § 9 ust. 1 projektu uchwały dotyczyły t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów dopuszczonych do sytuowania na: ścianach w strefie parteru budynków: usługowych, produkcyjnych, składowych i magazynowych (z wyjątkiem ścian licowanych drewnem, kamieniem lub ceramiką, w tym cegłą), ścianach budynków (z wyjątkiem ścian licowanych drewnem, kamieniem lub ceramiką, w tym cegłą) jako integralną część większego murala, ogrodzeniach budynków usługowych, produkcyjnych, składowych i magazynowych, ogrodzeniach znaczących obiektów sportowych, a także na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych, ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, ścianach wiat przystankowych publicznego transportu zbiorowego, urządzeniach automatycznych oraz pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych. Intencją sporządzającego projekt uchwały jest dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na ww. obiektach i urządzeniach. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. G. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich

			Komentarz ogólny: nie rozumiemy dlaczego są działalności które mają byc wyłączone z umieszczania reklam wolnostojących. Jest to nierówne traktowanie różnych podmiotów.! **Ogólnie uważamy, że takich wyjątków nie powinno byc. Jeżeli jednak z jakiegoś powodu są konieczne to uważamy że powinno się ograniczyc powierzcnhnię oraz precyzować reklamodawców, treści i kolorystykę.** 2. 1) Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **w formie wolnostojącej** 1)na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury: : Komentarz: powinno się doprecyzować, że treści informacyjne na reklamach wolnostojących dla znaczących obiektów kultury i sportu muszą ściśle wiązać się z działalnością ww. instytucji lub ich partnerów i instytucji nadzorujących Propozycja: ograniczyć do 6 m2 , doprecyzowanie kto może być reklamodawcą i ograniczyc jaskrawą kolorystykę **2. 2)** powinno się doprecyzować, że treści informacyjne na reklamach wolnostojących dla zorganizowanych terenow narciarskich w sezonie narciarskim muszą ściśle wiązać się z ich działalnością Propozycja: ograniczyć do 6 m2 , doprecyzowanie kto może być reklamodawcą i ograniczyc jaskrawą kolorystykę H. **DZ II r. II § 9. 4** **Komentarz Gabaryty Kierunkowskazów reklamowych w istotny sposób przekraczają idee zachowania uporządkowanej przestrzeni wolnej od chaosu reklam** **Propozycja dla 1) i 2) płasko na scianie w strefie parteru, płasko na ogrodzeniu: szer max 0,5 m, wysokość 0,25 m, grubość 5 cm.** **Propozycja dla 3) zakazać używania** **I. DZ II r. II § 9. 5** J. **DZ II r. III Szyldy** **Dla zachowania porządku przestrzennego i estetyki szyldy powinny być umieszczone wyłącznie w strefie parteru jedynie w polach szyldowych płasko na elewacji , lub prostopadle do elewacji. . Dozwolony 1 szyld dla 1 podmiotu na obiekcie.** **Nie powinno byc dozwolone umioeszczanie szyldów na witrynach w formie zaklejania powierzchni witryny.** **Powierzchnia maksymalna dla szyldów umieszconych płasko 1 m2 i dla szyldów prostopadłych 0,75** J. **DZ II r. III § 12. 4**			rozróżnienie w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, o ile są one określone w sposób jednoznaczny (por. art. 37a ust. 6 ustawy o p.i.z.p.). Przy czym rozróżnienie w tekście nie skutkuje koniecznością zmiany uchwały w przypadku pojawienia się nowych terenów określonego rodzaju, co byłoby konieczne przy ich rozróżnieniu w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa nie może zawierać ustaleń dotyczących konkretnych reklamodawców, treści i kolorystyki reklam. Natomiast projekt uchwały zawiera przepisy dotyczące kolorystyki elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, jak również gabarytów t.r.i.u.r., ustalone w wyważony sposób. H. Dopuszczone gabaryty i rodzaje kierunkowskazów reklamowych zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. I. Przepisy § 9 ust. 5 projektu uchwały dotyczyły reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie. Brak treści uwagi w tym zakresie. J. Rodzaje, liczba i gabaryty szyldów, a także ograniczenia w ich sytuowaniu (np. maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni prześwitu każdej witryny) zostały określone właściwie, w wyważony sposób. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch”, „Pensjonat Biały Ślad”, „Restauracja Gazdowo Kuźnia”, „Pijalnia Czekolady E. Wedel”), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące

			Propozycja : <u>nie dopuszcza</u> się umieszczania szyldów powyżej strefy parteru (pola szyldowego) **DZ II r. III § 12. 5** **Umieszczanie szyldów na ogordzeniach . Jezeli mamy na celu porządek przestrzenny i estetykę makymalna powierzchnia takich szyldów może mieć wielkość 0,5 m2 w projekcie są dopuszczone zbyt duże gabaryty reklamy.** **DZ II r. III § 12. 6 podobnie jak wyżej max 0,5m2** **DZ II r. III § 12.7** **pk1 - nie ma powodu umieszczania więcej niż 1 szyldu** **pkt 7. Nie widzimy uzasadnienia dla powiększenia maxymalnej powierzchni reklamy dla Stacji Paliw na terenie gminy miasta Zakopane. Powinny obowiązywać te same zasady co innych usługodawców.** **DZ II r. III § 12. 10** **ABSOLUTNIE NIESPRAWIEDLIWY ZAPIS NIE MAJĄCY ŻADNEGO UZASADNIENIA DLA TERENU GMINY ZAKOPANE** **PROPOZYCJA: USUNĄĆ TEN PUNKT!** **DZ II r. III § 13 1.** **Punkt ten wydaje się być zaprzeczeniem koncepcji uchwały krajobrazowej. W celu przywrócenia ładu przestrzennego ustalić się powinno 1 szyld na 1 obiekcie dla 1 podmiotu** **DZ II r. III § 13 2** **Nie powinno byc dozwolone umieszczanie szyldów na witrynach w formie zaklejania powierzchni witryny ze względów estetycznych.** **DZ II r. III § 13 9. oraz § 16 4.** tekst: Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie szyldów wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej Komentarz: Zanieczyszczenia światłem mają negatywny wpływ na zdrowie człowieka, mogą powodować depresję, tendencje do nowotworów. Mają także negatywny wpływ na środowisko naturalne, zwierzęta i rośliny, jest to także marnotrawienie energii. Rozwiązaniem problemu może być ustalenie norm technicznych - międzynarodowa komisja oświetleniowa wypracowuje standardy techniczne. Problem dotyczy jednak wdrożenia tych rozwiązań, a także ich praktycznego rozwiązania. Zakopane mogłoby w niniejszej uchwale wypracować normy dotyczące emisji światła i doprecyzować ograniczenie mocy oświetlenia oraz godzin wjakich może działać”			o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. J. (powtórzenie lit. J przez wnoszącego uwagę) Ad. uwagi dotyczącej § 12 ust. 4: Ograniczenie sytuowania szyldów wyłącznie do strefy parteru oznaczałoby brak możliwości pokazania głównej funkcji lub działalności prowadzonej w budynku na szyldzie usytuowanym w górnej części jego elewacji (np. „hotel”, „aquapark”, „Szymonek”). W opinii sporządzającego projekt uchwały byłoby to zbyt daleko idące ograniczenie. Sytuowanie szyldów powyżej strefy parteru jest bardzo ograniczone – do jednego lub maks. dwóch szyldów tego rodzaju na jednym budynku łącznie (a nie dla każdego podmiotu prowadzącego działalność w budynku). Dodatkowo szyldy sytuowane równolegle do elewacji powyżej strefy parteru muszą posiadać formę ażurową. Natomiast projekt uchwały zakazuje sytuowania szyldów na dachach. Ad. uwagi dotyczącej § 12 ust. 5: Gabaryty szyldów dopuszczonych do sytuowania na ogrodzeniach zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Ad. uwagi dotyczącej § 12 ust. 6: Pierwotnie powierzchnia ekspozycji reklamy szyldów dopuszczonych do sytuowania na obiektach małej architektury wynosiła maks. 0,1 m^2, a więc pięciokrotnie mniej, niż postulował wnoszący uwagę w tym zakresie. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, mając na względzie ład przestrzenny, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie dopuszcza sytuowania szyldów na obiektach małej architektury. Ad. uwagi dotyczącej § 12 ust. 7: Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych, była określona przy

						założeniu, że takim obiektem może być np. myjnia samochodowa lub inne dość duże obiekty, często zlokalizowane przy ulicy – pierwotnie dopuszczono maks. dwa szyldy płasko na obiekcie, dostrzegając celowość ich usytuowania np. z dwóch stron obiektu, dla widoczności przejeżdżających i przechodzących z tych dwóch stron. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów, które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu zawiera ograniczenie sytuowania maks. jednego szyldu na jednym obiekcie – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa. Gabaryty szyldów w formie ażurowej na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw (sytuowanych na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów lub podwieszonych pod krawędzią dachu lub zadaszenia) określone zostały w ten sposób z uwagi na specyfikę, funkcję i charakter tego rodzaju terenów – kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu. Ad. uwagi dotyczącej § 12 ust. 10: Dopuszczenie szyldów w formie wolnostojącej zostało wprowadzone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Ad. uwagi dotyczącej § 13 ust. 1: Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego.

						W wielu gminach liczba ta jest znacznie wyższa i wynosi nawet 20 (projekt uchwały warszawskiej) lub 24 (uchwała cieszyńska). Nieruchomości w Zakopanem często mają dużą powierzchnię, często na jednej nieruchomości jest usytuowanych kilka budynków. Łączna liczba szyldów na jednym obiekcie w praktyce nie była wysoka, zwłaszcza w przypadku budynków wolnostojących. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch", „Pensjonat Biały Ślad", „Restauracja Gazdowo Kuźnia", „Pijalnia Czekolady E. Wedel"), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują. Dla ochrony ładu przestrzennego projekt uchwały wprowadza wiele ustaleń dotyczących sytuowania szyldów na obiektach budowlanych. Oprócz ograniczeń liczbowych i gabarytowych są to m.in. ograniczenia dotyczące konieczności ich sytuowania w sposób niezasłaniający detalu architektonicznego czy zachowania odległości ich skrajnych elementów od krawędzi elewacji, otworów okiennych itp. Ad. uwagi dotyczącej § 13 ust. 2: Łączna dopuszczalna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. sytuowanych na elewacji w strefie parteru, w tym w witrynach, została ustalona w wyważony sposób, na maks. 20% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 20% powierzchni prześwitu każdej witryny. Podobne parametry zostały ustalone w wielu uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych gminach. Ad. uwagi dotyczącej § 13 ust. 9 oraz § 16 ust. 4: Ustalenia dotyczące norm emisji światła, mocy oświetlenia oraz godzin oświetlenia wykraczałyby poza określony ustawą o p.i.z.p. zakres uchwały.

29.	31.08.2022.	Fundacja Tarcza Podhala	„działając imieniem Fundacji Tarcza Podhala z siedzibą w Zakopanem, przedstawiam następujące uwagi do projektu uchwały krajobrazowej:” Uwagi stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16. „Zwracam się zatem z uprzejmą prośbą o merytoryczne rozpoznanie wyżej wskazanych uwag, a w konsekwencji ich uwzględnienie.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 29 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
30.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 30 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
31.	31.08.2022.	BP Europa SE Europaische Aktiengesellschaft	„Na wstępie należy zaznaczyć, że współczesna stacja paliw oferuje całą gamę usług dla kierowców innych niż zakup paliwa: mycie samochodu w myjni automatycznej lub ręcznej, odkurzanie wnętrza samochodu, sprawdzanie i uzupełnienie ciśnienia w kołach, zakupy w sklepie stacyjnym, posiłek w punkcie bistro. Ponieważ nie jest regułą wyposażanie stacji paliw we wszystkie te usługi we wszystkich lokalizacjach, standardem rynkowym są elementy komunikacji adekwatne do oferty danej lokalizacji. Komunikacja, którą kieruje współczesna stacja paliw dla klienta-kierowcy dotyczy zatem cen paliw, zakresu oferty i marki, która patronuje danej stacji. Jest to komunikacja korzystna przede wszystkim dla klientów w celu podjęcia właściwego i świadomego wyboru, a jej forma fizyczna musi byc dostosowana do klienata, który kieruje pojazdem. Opisane elementy komunikacji przybierają formy czysto graficzne (kolory), znaków graficznych o okreslonej postaci i napisów informujących. Ten arsenał środków jest niemal identyczny dla wszystkich głównych uczestników rynku paliwowego (uwzględniając takze wymiary) i praktycznie determinuje powtarzalny wygląd stacji paliw, niezależnie od podmiotu prowadzacego taką stację. Można zatem stwierdzić, iż elementy typowe dla współczesnej stacji paliw to: o Pylon cenowy – zawiera logo lub napis marki głównej, ceny paliw, logo lub opis marki gastronomicznej, informacje o ofercie na danej stacji; o Totem – wysoki element w formie masztu zwieńczonego logo marki głównej i marki gastronomicznej; o Logotyp, nazwa marki głównej – występujący na wiacie, budynku sklepu, pylonie cenowym; o Logotyp, nazwa marki gastronomicznej – występujący na pylonie cenowym i budynku sklepu; o Logotypy, nazwy produktów lub usług charakterystycznych – np unikalnego dla danej marki paliwa, programu lojalnościowego – występujący na pylonie cenowym, pod wiatą; o Gabloty, tablice reklamowe informujące o aktualnych ofertach, promocjach – występują na budynku sklepu, pod wiatą;	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 31 – nieuwzględniona**.	1. Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. Dla różnych rodzajów terenów projekt uchwały ustala niekiedy różne zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. Ze względu na funkcję, specyfikę i charakter terenów stacji paliw (kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu) zostały dla nich dopuszczone większe gabaryty szyldów w formie wolnostojącej. Natomiast dopuszczenie dla nich całkowicie odmiennych, indywidualnych rozwiązań w zakresie sytuowania t.r.i.u.r. lub wyłączenie z ustaleń uchwały w tym zakresie – byłoby nieuzasadnione, sprzeczne z ww. założeniami, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., umieszczonych na terenie nieruchomości, nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały.

			o Opisy funkcjonalne obiektów – np sklep, myjnia, myjnia ręczna, zazwyczaj powiazane z tłem w kolorze charakterystycznym marki o Elementy architektoniczne obiektów – np. pasy attyk w firmowym kolorze Stacja Paliw BP. Poniżej przedstawiamy wymienione wyżej elementy w formie graficznej wraz z wymiarami tak jak jest to opisane w standardzie wizualnym: (...) Mając na celu, aby przyszła Uchwała pozwoliła zachować integralność stacji paliw poprzez zachowanie istniejących, niezbędnych elementów komunikacji nie tyle marki co oferty obiektów użyteczności publicznej, kwalifikowanych jako reklamy w myśl Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, przedstawiamy wnioski i uwagi do ww. projektu Uchwały: 1. BP wnosi o dopuszczenie dla nieruchomości, na których zlokalizowane są stacje paliw będące obiektami użyteczności publicznej, funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej danej marki w zakresie rozmieszczenia, wielkości, ilości czy też kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów i reklam oraz w zakresie lokalizacji znaków informacyjnych i kierunkowych umieszczonych na terenie nieruchomości. Uzasadnienie: Uchwała ma realizować dyspozycje Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którą może ona w swojej treści regulować zasady i warunki sytuowania m.in. tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych (art. 37a ust. 1 u.p.z.p.). Tym samym nie jest wykluczone w Uchwale stworzenie regulacji dla konkretnych rodzajów działalności, tj. stacji paliw. Stacje paliw funkcjonujące na rynku paliwowym wykształciły dość podobny model zorganizowania elementów stacji paliw, w tym również elementów infrastruktury informacyjno-reklamowej stosowany przez większość uczestników rynku, a pożądanych przez klientów ze względu na specyficzny charakter działalności stacji paliw. W niektórych gminach czy miastach (np. w Sosnowcu – Uchwała Nr 130/VI/2019 Rady Miejskiej w Sosnowcu z dnia 28 marca 2019 r. 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 Dz.U. Woj. Śląskiego z 2019 r., poz. 2998), celem zachowania ładu przestrzennego przy projektowaniu obiektów budowlanych jakimi są stacje paliw wprowadzono regulacje, które uwzględniają specyficzny charakter tego typu obiektów użyteczności publicznej. Pożądanym byłoby zatem, dla nieruchomości położonych w bezpośrednim			2. Ad. lit. a i b: wnioskowane t.r.i.u.r. mogą stanowić szyldy i w takim przypadku niektóre z nich mogą być dopuszczone przepisami projektu uchwały. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi może być bezprzedmiotowy. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich większej liczby i gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Ad. lit. c: projekt uchwały nie ustala kolorystyki t.r.i.u.r., a jedynie kolorystykę elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. Tym samym postulat zawarty w tej części uwagi jest bezprzedmiotowy. 3. Projekt uchwały nie ustala kolorystyki t.r.i.u.r., a jedynie kolorystykę elementów konstrukcyjnych i zamocowań t.r.i.u.r. Tym samym część postulatów zawartych w tej części uwagi jest bezprzedmiotowa. Natomiast dopuszczenie tak znacznej liczby i gabarytów szyldów byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 4. Z przedmiotu ustaleń projektu uchwały są wyłączone ogrodzenia zabezpieczające stanowiące realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych). Tym samym część postulatów zawartych w tej części uwagi jest bezprzedmiotowa. 5. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności, istotę swobody prowadzenia działalności gospodarczej, ani istotę praw i wolności.

			sąsiedztwie dróg, na których zlokalizowane są stacje benzynowe dopuszczenie funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej w zakresie rozmieszczenia, wielkości ilości: znaków firmowych, liter przestrzennych, logotypu przestrzennego, kolorystyki tablic i urządzeń reklamowych, tablic informacyjnych stosowanych na obiektach itp. Niezależnie od wyżej postulowanych rozwiązań dot. wyłączenia terenów stacji paliw z ogólnych regulacji i dopuszczenie funkcjonowania indywidualnej identyfikacji wizualnej stacji paliw, poniżej wnosimy uwagi i zastrzeżenia do projektu Uchwały 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, na terenie Gminy Miasto Zakopane. 2. BP wnosi o rozszerzenie katalogu dopuszczeń sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach, na których zlokalizowane są stacje paliw: a) urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej, w ilości maks. 2 szt., o powierzchni reklamy nieprzekraczającej 4m^2, b) tablic reklamowych na budynku stacji paliw, w ilości maks. 2 sztuk, o powierzchni reklamy nieprzekraczającej 4m^2, c) tablic i urządzeń reklamowych w kolorystyce właściwej dla powtarzalnej kolorystyki danej sieci stacji paliw". 3. BP wnosi o dopuszczenie *na nieruchomości, na której zlokalizowane jest stacja paliw szyldów w kolorystyce właściwej dla powtarzalnej kolorystyki sieci stacji paliw, tj.:* *a) szyldu cenowego w formie wolnostojącej, zawierającego informacje o cenach paliw, logotyp marki głównej, logotyp marki gastronomicznej i inne informacje o występujących na stacji paliw usługach lub sprzedawanych towarach:* *– wysokość maks.7,5 m,* *– szerokość maks. 2,5 m,* *– grubość maks. – 0,7 m,* *– powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 14m^2 na każdej ze stron, gdzie umieszczane są reklamy,* *b) szyldu pomocniczego w formie wolnostojącej, zawierającego informacje o usługach specjalistycznych (np. UKV...);* *– wysokość maks. – ...,* *– szerokość maks. -...,* *– grubość maks. – ...,*			Projekt uchwały obejmuje teren Gminy Miasto Zakopane, a nie teren „miasta Gdyni". Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte.. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, **ale nie t.r.i.u.r.** Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			– *powierzchnia ekspozycyjna reklamy maks. ... na każdej ze stron, gdzie umieszczane są reklamy,* c) *szyldu – logotypu marki własnej umieszczonego na wiacie, w ilości maks. 3 sztuk;* – *wysokość maks. 1m,* – *szerokość maks. -1 m,* – *grubość maks. – 0,2 m,* – *forma ażurowa,* d) *szyldu – logotypu marki własnej, umieszczonego na budynku stacji, w ilości maks. 1 sztuki;* – *wysokość maks. 1 m,* – *szerokość maks. 1 m,* – *grubość maks. 0,2 m,* – *forma ażurowa,* e) *szyldu – logotypu marki gastronomicznej, umieszczonego na budynku stacji, w ilości maks. 1 sztuki:* – *wysokość maks. 1 m,* – *szerokość maks. 2 m,* – *grubość maks. 0,2 m,* f) *szyldu – informacji o menu funkcji gastronomicznej, umieszczonego na budynku stacji w ilości maks. 2 sztuk* – *wysokość maks. 1,5 m,* – *szerokość maks. 1,1 m,* – *grubość maks. 0,1 m,* – *forma panelu reklamowego,* g) *szyldu – grafiki naklejanej z logo marki własnej na dystrybutorach paliwowych, powiązanej z informacją o marce własnej sprzedawanych paliw w formie panelu reklamowego nad dystrybutorem w przestrzeni wyznaczonej przez słupy i sufit wiaty,* h) *szyldu umieszczonego na budynku myjni stacji paliw, informującego o usłudze myjni, o szerokości nie przekraczającej elewacji, na której jest umieszczony i wysokości maks. 1 m."* (wizualizacja poszczególnych szyldów znajdujących się na terenie stacji paliw w Zakopanym – wyżej) <u>Uzasadnienie:</u> Podstawową funkcją stacji paliw jest sprzedaż paliw, a w ślad za przepisami Ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług oraz Rozporządzeniem Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług, informowanie czytelne o cenach paliw jest obowiązkiem nałożonym przez prawo. Pomimo wielu podmiotów funkcjonujących na rynku paliwowym wykształcił się dość podobny model szyldów stacji paliw stosowanych przez większość uczestników rynku: np. pylon na którym obok komunikacji cen znajduje się logotyp firmy oraz			

			informacje o podstawowych usługach, które oferuje stacja paliw: kawiarenka lub bistro, specyficzny typ paliwa, myjnia automatyczna, myjnia ręczna. Są to informacje istotne i oczekiwane przez klientów, a komunikowane na pylonie cenowym po to, aby dać możliwość podjęcia decyzji o zjechaniu z drogi na stację. Postulowane przez BP rozwiązania mają przede wszystkim chronić interes konsumentów i umożliwiać im dokonywanie optymalnych wyborów co do skorzystania z wybranej stacji benzynowej. Szyldy stacji paliw, jako specyficzne pod względem pełnionej funkcji, powinny umożliwiać informowanie nie tylko o cenach paliw ale innych towarach i usługach oraz umożliwiać promowanie nazw i symboli marek integralnie związanych z prowadzoną działalnością na stacjach paliw. Stąd w pełni uzasadnionym pozostaje postulat wprowadzenia proponowanych zmian lub wyodrębnienia definicji pylonu stacji paliw pozostawiając go jako zgodny ze standardem danego Operatora. Cechą ww. rozwiązania jest powtarzalność – szyldy cenowe danej marki jak i pozostałe szyldy stanowiące logotypy marki głównej i gastronomicznej występują na terenie całego kraju w identycznej lub bardzo zbliżonej formie, co sprzyja budowaniu ładu przestrzennego. Wprowadzenie proponowanych zapisów pozwala na realizację postulatów – dostępności informacji oraz jej powtarzalności. A to dodatkowo wpływa na kształtowania ładu przestrzennego nie tylko w wymiarze lokalnym ale ogólnokrajowym. 4. BP wnosi uzupełnienie § 15 ust. 1 Uchwały o pkt dot. *infrastruktury technicznej stacji paliw*" <u>Uzasadnienie</u> Stacje paliw jako obiekty użyteczności publicznej nie posiadają ogrodzeń z wyjątkiem sytuacji narzuconych odrębnymi przepisami prawa i wymogami prawa budowlanego na etapie projektowania. Jednak ze względów bezpieczeństwa, niektóre elementy infrastruktury technicznej stacji paliw podlegają ogrodzeniu. Dotyczy to przede wszystkim zbiorników i instalacji do napełniania samochodów gazem LPG oraz niektórych elementów instalacji paliwowej. W związku z powyższym konieczne jest zapewnienie możliwości grodzenia pewnych obiektów stacji paliw. 5. W ocenie BP w procesie prac nad przygotowaniem i wdrożeniem Uchwały szczególna uwaga powinna zostać poświęcona kwestiom zasadniczym z punktu widzenia obowiązującego w Rzeczypospolitej Polskiej porządku prawnego, a szczególnie zasadom mającym źródło w Konstytucji RP: • **ochrony prawa własności**			

			Jedną z naczelnych zasad polskiego porządku prawnego jest ochrona własności. Zasada ta potwierdzona została w Konstytucji RP, której art. 21 ust. 1 stanowi, że własność jest prawem chronionym przez Rzeczpospolitą Polską. Powyższe zostało rozwinięte w art. 64 ust. 2 Konstytucji RP, zgodnie z którym prawo własności podlega ochronie prawnej. Biorąc pod uwagę obecne brzmienie projektu Uchwały właściciele nieruchomości będą zobowiązani do zastosowania się do jej zapisów, zarówno co do zasad, jak i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. W wielu wypadkach będzie to równoznaczne z zakazem sytuowania w obrębie nieruchomości jakichkolwiek tablic i urządzeń reklamowych, w innych zaś z możliwością sytuowania jedynie niektórych ich rodzajów dopuszczonych w Uchwale lub też takich, które będą spełniały wymogi z niej wynikające. Właściciele nieruchomości zostaną więc poważnie ograniczeni w prawie decydowania o przeznaczeniu stanowiących ich własność nieruchomości, korzystania z nich i pobierania z nich pożytków. Wskazać należy, iż organy administracji publicznej nie mogą 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 działające na terenie miasta Gdyni. Tym samym, winno się oczekiwać, że przy konstruowaniu norm prawnych określających tak istotne kwestie jak zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów i reklam), a także ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, Rada Miasta będzie w sposób racjonalny korzystać ze swego prawa tj. poprzez dokonanie wyboru rozwiązań optymalnych, które uwzględniają zarówno charakter danej przestrzeni miejskiej, jej znaczenie gospodarcze, interesy lokalnej społeczności, a w tym również funkcjonujących w jej ramach przedsiębiorców. W naszej ocenie projekt Uchwały krajobrazowej wprowadza w szczególności zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Wskazane nakazy, zakazy i ograniczenia w sposób nadmierny i nieuzasadniony ograniczają nie tylko podstawowe prawa przedsiębiorców prowadzących stacje benzynowe, ale również prawa innych podmiotów, których nieruchomości zlokalizowane są na terenie Gminy. *„W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i*		

			sztywno pojmowanej nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym (art. 7 k.p.a.). 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 przesłanki 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" (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 czerwca 2001 roku, sygn. akt: V SA 3718/00). Wprowadzenie zakazów lub daleko idących ograniczeń sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) służących do identyfikacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na terenie danej nieruchomości, stanowi przejaw nieuzasadnionego naruszenia wskazanych powyżej praw przysługujących obywatelom. 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. Odpowiednie zastosowanie znajduje tu stanowisko wyrażone przez Naczelny Sąd Administracyjny, który wskazał, że w kontekście powołanego przepisu Konstytucji ocena *„nadużycia władztwa planistycznego sprowadza się do zbadania, czy ustalone w planie miejscowym ograniczenia prawa własności nieruchomości są konieczne dla ochrony takich wartości, jak bezpieczeństwo i porządek publiczny lub ochrona środowiska, zdrowia i moralności publicznej, a także wolności i praw innych osób"* (por. wyrok NSA z dnia 29 listopada 2016 roku, sygn. akt II OSK 440/15). 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. *„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" (por. wyrok TK z dnia 20 czerwca 2005 r., sygn. akt K 4/04).) W orzecznictwie sądowo-administracyjnym podnosi się, że *„…własność może być ograniczona, tyle że tylko w drodze ustawy i tylko w takim zakresie w jakim nie narusza to istoty prawa własności, a więc z poszanowaniem zasady proporcjonalności, tj. zakazem nadmiernej w stosunku do chronionej wartości ingerencji w sferę praw i wolności jednostki. Ingerencja w sferę prawa własności musi zatem pozostawać w racjonalnej i odpowiedniej proporcji do ww. celów, dla osiągnięcia których ustanawia się określone ograniczenia, przy czym ograniczenia te winny być dokonane wyłącznie w formie przepisów ustawowych"* (wyrok WSA we Wrocławiu z dnia 19 grudnia 2017 r., sygn. akt II SA/Wr 624/17). W naszej ocenie Uchwała w zaproponowanym kształcie narusza wyżej powołaną zasadę proporcjonalności. Okoliczności sprawy nie wskazują bowiem na to, aby do uzyskania celów wymienionych w projekcie Uchwały konieczna była aż tak daleko idąca ingerencja w prawa przedsiębiorcy, w tym w szczególności już nabyte. • **ochrona praw nabytych** Jednym z krytykowanych przez BP aspektów wprowadzonych przez projektowaną Uchwałę regulacji, jest faktyczne zrównanie sytuacji tych podmiotów - zarówno przedsiębiorców, jak i właścicieli nieruchomości - które umieszczały tablice i urządzenia reklamowe w pełni zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (w tym po dokonaniu wymaganych zgłoszeń i uzyskaniu stosownych pozwoleń) z tymi, które dokonały tego z pominięciem wyżej wskazanych procedur, a więc nielegalnie. Zgodnie z obecnymi regulacjami prawnymi obie powyższe kategorie podmiotów będą na równi zobowiązane do dostosowania stanowiących ich własność tablic i urządzeń reklamowych do wymogów stawianych przez Uchwałę. W znacznej części przypadków owo dostosowanie nie będzie mogło nastąpić w inny sposób, jak tylko przez usunięcie tablic lub urządzeń reklamowych, szyldów, reklam ponieważ nie będą one spełniały nowo wprowadzonych zasad zawartych w projektowanej Uchwale. Rozwiązanie takie godzi w sposób jaskrawy i oczywisty w konstytucyjna zasadę ochrony praw nabytych, wywodzoną z kolei z zasady demokratycznego państwa prawnego określonej w art. 2 Konstytucji RP. Podkreślenia wymaga, że podmioty (w tym BP) zgodnie z przepisami prawa sytuowały tablice i urządzenia reklamowe czyniły to w wielu wypadkach na skutek ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę lub też w wyniku skutecznie dokonanych zgłoszeń do organów administracji architektoniczno-			

			budowlanej. Zgodność z prawem powyższych działań potwierdzona została więc albo w formie władczego rozstrzygnięcia właściwego organu na drodze decyzji administracyjnej, bądź brakiem sprzeciwu właściwego organu w przewidzianym przez ustawę terminie. Z rozstrzygnięciami tymi wiążą się określone uprawnienia, które nie powinny być następnie przez organy państwa arbitralnie kwestionowane i negowane. Skoro dany podmiot nabył już prawo do umieszczenia w określonej w decyzji lub zgłoszeniu lokalizacji tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, to prawo takie - jako słusznie nabyte powinno być szanowane i uwzględniane w przyszłych działaniach oraz decyzjach uprawnionych do tego organów, w tym szczególnie na etapie projektowania i wdrażania aktów prawa miejscowego. Z powyższym również wiąże się postulat pewności prawa i zaufania do organów Państwa, gdzie każdy podmiot prawa winien mieć pewność, że uzyskane przez niego uprawnienie nie zostanie następnie zakwestionowane. Nie można pominąć również aspektu ekonomicznego wprowadzanych regulacji. Przedsiębiorcy działając w zaufaniu do istniejących regulacji i decyzji organów ponieśli koszty zaprojektowania i budowy tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, szyldów. Skutki wprowadzenia Uchwały w obecnym brzmieniu dla podmiotów posiadających legalne nośniki reklamowe (jak BP) będą polegały na konieczności ich znaczących modyfikacji lub usunięcia, co skutkowało będzie poniesieniem dodatkowych wysokich kosztów z tym związanych oraz utratą korzyści związanych z ekspozycją reklamy. W związku z powyższym negatywnie należy ocenić obecne rozwiązanie, w którym brak jest jakiegokolwiek mechanizmu odszkodowawczego dla przedsiębiorców, którzy zmuszeni będą do poniesienia konsekwencji wejścia Uchwały w życie. Skutki ekonomiczne wprowadzenia regulacji prawnej przerzuca się w Uchwale w całości na działających zgodnie z przepisami prawa przedsiębiorców. Nie można więc pominąć, że brak wnikliwego rozważenia tego zagadnienia już na etapie przygotowywania przepisów Uchwały, będzie powodował poważne konsekwencje na etapie jej stosowania, w tym również występowanie przez przedsiębiorców, którzy poniosą szkody w związku z realizacją Uchwały z roszczeniami wobec Miasta z tego tytułu. Nie łagodzi powyższego wprowadzenie w Uchwale okresów na dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do jej zapisów. • **zasada niedziałania prawa wstecz** W ocenie BP projektowane przepisy Uchwały stoją w oczywistej sprzeczności z jedną podstawowych zasad porządku prawnego, jaką jest niedziałanie prawa wstecz. Wprowadzenie obowiązku dostosowania legalnie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwał krajobrazowych będzie równoznaczne z ponowną oceną stanów faktycznych, które zaistniały przed wejściem danej			

			Uchwały w życie, pod kątem przepisów, które weszły w życie znacznie później, niż w okresie, kiedy te stany faktyczne miały miejsce. Przepisy Uchwały będą więc stosowane wstecz pod kątem oceny legalności tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych w sposób zgodny z przepisami i wymogami prawa obowiązującymi w czasie ich umieszczania, co uznać należy za niedopuszczalne odstępstwo od zasady niedziałania prawa wstecz. W przedmiocie tej zasady jednoznacznie wypowiedział się Naczelny Sąd Administracyjny w Uchwale z dnia 10 kwietnia 2006 roku, sygn. akt I OPS 1/06 wskazując: *„Zasada niedziałania prawa wstecz, chociaż nie została wprost wyrażona w Konstytucji, stanowi w państwie podstawową zasadę porządku prawnego, opartego na założeniu, że "każdy przepis normuje przyszłość, nie zaś przeszłość*". Prawidłowym byłoby więc jedynie takie rozwiązanie, zgodnie z którym zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych określane w Uchwale odnosiłyby się jedynie do tablic i urządzeń sytuowanych po dniu wejścia w życie wspomnianej Uchwały, bez ingerencji w zdarzenia oraz związane nimi konsekwencje prawne, które miały miejsce przed wejściem tego aktu prawa miejscowego w życie. Na wagę powyższych zagadnień zwrócił uwagę NSA, który postanowieniem z dnia 6 czerwca 2019 r. sygn. akt: II OSK 166/18, zwrócił się do Trybunału Konstytucyjnego z pytaniem prawnym: *"Czy ort. 37a ust. 9 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2018 r. poz. 1945 ze zm.), w zakresie w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale, o której mowa w art. 37a ust. 1 powołanej ustawy, warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia wżycie, wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia, jest zgodny z art. 2, art. 21, art. 64 ust. 1 i 2 w zw. z art. 31 ust. 3 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. oraz z art. 1 Protokołu nr 1 do Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności z dnia 20 marca 1952 r. (Dz.U. z 1995 r. Nr 36, poz. 175 ze zm.)."* Przy czym szczególnie należy podkreślić, że NSA w uzasadnieniu powyższego postanowienia zwrócił uwagę, że: *„Generalną zasadą polskiego prawa zagospodarowania przestrzeni jest zatem trwałość udzielonych zgód budowlanych bez względu na późniejsze zmiany przeznaczenia planistycznego nieruchomości."* Zasada ta powinna zostać również uwzględniona w przepisach uchwały krajobrazowej.] Niezasadnym jest opieranie zapisów projektowanej Uchwały krajobrazowej o przepisy, których konstytucyjność budzi uzasadnione zastrzeżenia. Wadliwość projektowanych rozwiązań wiąże się z		

			istotnym ryzykiem prawnym dla Miasta w sytuacji stwierdzenia niekonstytucyjności ww. przepisów.”			
32.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 32 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
33.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 33 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
34.	31.08.2022.	[*]	„I. §4 ust. 1 pkt 1 Projektu: Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 1) jako oferty zbycia lub wynajmu w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty, jednak maks. jednej oferty o powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3 m2 dla jednego zbywanego lub wynajmowanego lokalu, budynku lub nieruchomości, na czas nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku (...). Komentarz: Przepis w przedstawionym wyżej brzmieniu umożliwia przedmiotowe wyłączenie norm działu II – rozdziału II i III Projektu, co do ofert zbycia lub wynajmu w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty – maksymalnie 3 m2 dla jednego zbywanego lub wynajmowanego lokalu, budynku lub nieruchomości, na czas nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku. Po pierwsze, norma zakreślona w przedstawiony w Projekcie sposób, spowoduje, że regulacji co do sytuowania reklam nie będzie stosowana – między innymi – do ofert najmu krótkoterminowego. Legalne pozostaną wówczas wyświetlacze o zmiennej treści – na przykład: Wolne pokoje. Co więcej, przedmiotowa konstrukcja przepisu pozwoli zakrywać elewację obiektów budowlanych w trakcie robót budowlanych wielkoformatową reklamą wskazującą na sprzedaż wyodrębnionych w niej lokali. Zapis zredagowany w zaproponowany w Projekcie sposób pozwala bowiem na interpretację, w myśl której na 30 lokali, dopuszczalna jest reklama o powierzchni 90 m2 (3 m2 x 30). Nadto, niejednoznaczny jest zapis: (...) w miejscu lokalizacji przedmiotu oferty (...). Wydaje się, że nie byłaby pozbawioną podstawy wykładnia, zgodnie z którą przez miejsce miałoby oznaczać chociażby miejscowość. Tym samym – dla przykładu – dopuszczalnym byłoby usytuowanie reklamy hotelu (najem krótkoterminowy) z dala od obiektu, w którym usługi faktycznie są świadczone. Wreszcie zapis o 90 dniach łącznie w ciągu roku oznacza możliwość nieprzerwanego usytuowania reklamy od dnia 2 października do dnia 1 kwietnia. Co więcej ograniczenie odwołujące się do oferty, a nie tablicy, powoduje, że celem obejścia przepisu, wystarczy zmienić tablicę po upływie 90 dni. Propozycja zmiany: Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 1) jako oferty sprzedaży, usytuowanych na nieruchomości, której dotyczą, jednak maks. jednej tablicy o	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 34 – nieuwzględniona**.	I. Istnieją interpretacje przepisów prawnych, zgodnie z którymi oferty zbycia lub wynajmu, zwłaszcza te niezawierające nazwy czy logo, nie stanowią reklamy i mogłyby tak czy inaczej pozostawać poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej. W opinii organu stanowią one reklamę, zatem pierwotnie wyłączono określone oferty ze stosowania przepisów uchwały, by wyeliminować wątpliwości. Miejsce oznaczało nieruchomość, a przepisów uchwały nie należało stosować do jednej oferty na jednej nieruchomości. Oferty nie miały dotyczyć wynajmu krótkoterminowego. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie zawiera wyłączenia ze stosowania przepisów uchwały dla reklam sytuowanych jako oferty zbycia lub wynajmu. II. Dopuszczenie stosowania innej, w tym jaskrawej, kolorystyki dla użytkowych obiektów małej architektury służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych, jest podyktowane względami bezpieczeństwa dla użytkowników takich obiektów. Podobne dopuszczenia funkcjonują w uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce, np. w Krakowie. III. Wiele robót budowlanych skutkujących powstaniem obiektów lub urządzeń nie wymaga pozwolenia na budowę ani zgłoszenia, natomiast tereny robót są grodzone na czas ich prowadzenia. Dodatkowo przepisy z zakresu prawa budowlanego są zmieniane – zauważalny jest trend ich stopniowej

			powierzchni ekspozycji reklamy maks. 3 m2 dla jednej nieruchomości lub jej wyodrębnionej części, przy czym przy ofercie obejmującej więcej niż jedną nieruchomość lub jej wyodrębnioną część, wskazana wyżej powierzchnia ekspozycji reklamy nie ulega powiększeniu, na czas nie dłuższy niż 90 następujących po sobie dni i nie dłużej niż 90 dni w ciągu roku (...). II. §7 ust. 4 pkt 5 Projektu: dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3, w tym jaskrawej kolorystyki. Komentarz: Brak jest uzasadnienia dla odstępstwa od zakazu stosowania jaskrawej kolorystyki w przypadku obiektów określonych w § 6 pkt 1 Projektu, a dopuszczenie kolorystyki innej niż wskazana w §7 ust. 4 pkt 2 Projektu jest wystarczające ze względu na ich funkcję. Propozycja zmiany: dla obiektów małej architektury określonych w § 6 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3. III. §9 ust. 1 pkt 3 Projektu: Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych (...) na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych – wyłącznie od frontu działki: Komentarz: Pojęcie robót budowlanych nie oznacza a priori ich zgodności z przepisami prawa budowlanego. Na wzór uchwały Rady Miasta Krakowa, proponuję odwołanie do robót budowlanych prowadzonych na podstawie zgłoszenia, albo ostatecznej decyzji w przedmiocie pozwolenia na budowę, o ile te są wymagane. Warto przy tym zważyć, że samo wzniesienie ogrodzenia może już stanowić roboty budowlane, a teren, na którym zostało ono posadowione jest przez to terenem robót budowlanych. W tego konsekwencji możliwa jest paradoksalna sytuacja, w której dopuszczalne jest wzniesienie ogrodzenia wyłącznie celem umieszczenia na nim reklamy. Co przy tym istotne, przepis o wskazanym wyżej brzmieniu nie odwołuje się do czasu trwania robót budowlanych, z czego można wywodzić, że dopuszczalne jest pozostawienie reklam na ogrodzeniach również po ich zakończeniu. Propozycja zmiany: Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na obiektach budowlanych oraz			liberalizacji – i katalog takich obiektów lub urządzeń cały czas się powiększa, stąd takie było brzmienie przepisu projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych dotyczyło legalnie prowadzonych robót budowlanych. Projekt uchwały zawiera przepisy mówiące o tym, że dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych dotyczy wyłącznie obiektów i urządzeń zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego. Zgodnie z przepisem § 13 projektu uchwały, dopuszczone jest sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w rozdziale III. Natomiast przepis § 14 ust. 2 pkt 1 projektu uchwały zawiera ograniczenie czasu sytuowania tymczasowych ogrodzeń terenów robót budowlanych – wyłącznie na czas wykonywania robót budowlanych. W opinii organu, jeżeli będą prowadzone nielegalne roboty budowlane, to same w sobie stanowić będą one problem, o wiele większy niż np. tablica reklamowa na ich tymczasowym ogrodzeniu. Stwierdzanie nielegalności prowadzenia robót budowlanych należy do właściwości rzeczowej organów nadzoru budowlanego. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie dopuszcza sytuowania t.r.i.u.r. na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych. IV. Uwaga w tej części jest niezrozumiała i nie zawiera żadnych postulatów. Można domniemać, że takie jej brzmienie wynika z pomyłki przy kopiowaniu i wklejaniu w treść wiadomości e-mail. Można również domniemać, że miała stanowić powtórzenie uwagi nr 16.4. W takim przypadku – uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.4.

			urządzeniach budowlanych i technicznych (...) na tymczasowych ogrodzeniach terenów robót budowlanych, prowadzonych na podstawie ostatecznej decyzji w przedmiocie pozwolenia na budowę, albo zgłoszenia, o ile te są wymagane – przez czas trwania tych robót – wyłącznie od frontu działki (...) IV. §10 ust. 3 Projektu: Dla tablic reklamowyc”			
35.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 35 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
36.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 36 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
37.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 37 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
38.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 38 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
39.	31.08.2022.	[*]	„Nie jestem mieszkańcem Zakopanego, ale w sezonie zimowym odwiedzam Państwa miasto regularnie i mam tam wielu przyjaciół. Z racji, że leży mi na sercu powrót Zakopanego do dawnej świetności, proszę o uwzględnienie poniższych poprawek w projekcie uchwały krajobrazowej.” Dalej uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 39 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
40.	31.08.2022.	[*]	„To jest wstyd ze pozwala się na reklamy takie jak : Powiększanie piersi na które patrzą dzieci i cała rzesza innych reklam też. Jedzmy w Alpy nigdzie czegoś takiego nie doświadczymy bo szpeci to krajobraz musimy z tym zrobić porządek!!” Dalej uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 40 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
41.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 41 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
42.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 42 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
43.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 43 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.

44.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 44 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
45.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 45 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
46.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 46 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
47.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 47 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
48.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 48 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
49.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 49 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
50.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 50 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
51.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 51 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
52.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 52 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
53.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 53 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
54.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 54 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
55.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 55 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
56.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 56 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
57.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 57 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.

58.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 58 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
59.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 59 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
60.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 60 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
61.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 61 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
62.	31.08.2022.	[*]	„Uwaga dotycząca V. §12 ust. 1 pkt 1 lit. a) Projektu: Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji (...) płasko na ścianach w polu szyldowym (…) na jednym budynku maks. trzy szyldy tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na terenie danej nieruchomości. Uważam, że nie ma racjonalnego uzasadnienia aby dopuścić więcej niż jeden szyld danego rodzaju, dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości. Dopuszczenie więcej niż jednego szyldu powodowałoby chaos informacyjny i prowadziłoby do zaśmiecania krajobrazu, który i tak jest przeładowany reklamą zewnętrzną o bardzo zróżnicowanej stylistyce, formie i estetyce. Proponuję następujące brzmienie tego punktu: Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji (...) płasko na ścianach w polu szyldowym (…) na jednym budynku maks. Jeden szyld tego rodzaju dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 62 – nieuwzględniona**.	Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Budynek wolnostojący posiada najczęściej cztery elewacje. Budynek narożny posiada najczęściej dwie elewacje wykorzystywane do sytuowania szyldów. Projekt uchwały zawiera szereg ograniczeń dotyczących sytuowania szyldów, w tym liczbowych, gabarytowych i innych, które powinny poskutkować ich wpasowaniem w elewację. Łączna liczba szyldów na jednym budynku w praktyce nie jest wysoka. Należy bowiem pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch”, „Pensjonat Biały Ślad”, „Restauracja Gazdowo Kuźnia”, „Pijalnia Czekolady E. Wedel”), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują.
63.	31.08.2022.	[*]	„w związku z udostępnieniem Uchwały krajobrazowej przesyłam następujące uwagi z prośbą o ich rozpatrzenie i uwzględnienie. (...) Uwagi:”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 63 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.

			Uwagi stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.			
64.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 64 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
65.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 65 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
66.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 66 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
67.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 67 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
68.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 68 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
69.	31.08.2022.	[*]	„Zwracam się z uprzejmą prośbą o analizę poniższych uwag uwag i komentarzy oraz uwzględnienie ich w pracach nad projektem uchwały. (...) Poniżej treść uwag do projektu uchwały.” Uwagi stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 69 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
70.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 70 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
71.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 71 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
72.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 72 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
73.	31.08.2022.	[*]	„W pełni popieram uwagi do projektu uchwały krajobrazowej miasta Zakopane przedstawione przez Towarzystwo Opieki nad Zabytkami – Oddział Podhalański im. St. Witkiewicza. Uwagi w załączniku.” Uwagi w załączniku stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 73 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
74.	31.08.2022.	[*]	„Przedmiotowa uchwała powinna w maksymalnym stopniu ograniczać ilość banerów, szyldów, tablic reklamowych, a także ich rozmiary na terenie miasta. W dzisiejszych czasach, w dobie	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 74 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.

			internetu, gdzie reklama i ogłoszenia są wszechobecnie dostępne zanieczyszczanie przestrzeni publicznej banerami, tablicami reklamowymi itp. nie powinno mieć miejsca. Trzeba sobie uświadomić, że nie jest to obecnie nikomu potrzebne, wręcz zniechęca potencjalnych klientów widzących, że znane firmy reklamują się jeszcze w ten sposób. Zbyt duża ilość wielkoformatowych szyldów, banerów, tablic reklamowych psuje wizerunek miasta, jego mieszkańców, zanieczyszcza przestrzeń publiczną, często przysłania widok na Tatry oraz elewację zabytkowych obiektów. Widzimy, że wiele miasta w Polsce poradziło sobie z tym problemem. Dobrym przykładem są też niektóre miejscowości turystyczne np. we Włoszech gdzie praktycznie nie ma reklam na banerach, tablicach, szyldy są małych rozmiarów, jednolite u wszystkich podmiotów. Dlatego w mojej ocenie jak i wielu innych osób projekt uchwały powinien być bardziej restrykcyjny i ograniczać "reklamoze" maksymalnie. Poniżej przesyłam szczegółowe uwagi do projektu uchwały krajobrazowej i proszę o ich uwzględnienie w uchwale.” Uwagi stanowią dokładne powtórzenie uwagi nr 16.			
75.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 75 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
76.	31.08.2022.	[*]	Uwaga stanowi dokładne powtórzenie uwagi nr 16.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 76 – nieuwzględniona**.	Uzasadnienie nieuwzględnienia jak do uwagi nr 16.
UWAGI ZGŁOSZONE DO PROJEKTU UCHWAŁY WYŁOŻONEGO PO RAZ CZWARTY DO PUBLICZNEGO WGLĄDU (wyłożenie w dniach od 18 lipca 2025 r. do 8 sierpnia 2025 r., wnoszenie uwag do dnia 25 sierpnia 2025 r.)						
77.	07.08.2025.	[*]	(...) „Postuluję, by w odniesieniu do (...) działki dopuszczone zostało wykonanie jej dookólnego ogrodzenia na takich samych zasadach, jakie dopuszczone są w § 15 ust. 1 projektu uchwały.”	Działka nr 29/3 obręb 12.	**Uwaga nr 77 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Dopuszczenie grodzenia otwartych terenów zielonych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni oraz degradacją ładu przestrzennego.

						Ustalenia projektu uchwały w zakresie grodzenia terenu w przedmiotowym przypadku praktycznie niewiele różnią się od ustaleń obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego w tym zakresie, w którym dla terenów rolnych obowiązuje zakaz realizacji ogrodzeń (z wyjątkiem związanych z koszarowaniem owiec oraz zabudową w istniejących siedliskach). Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
78.	12.08.2025.	[*]	„Przedstawiony projekt narusza konstytucyjne zasady proporcjonalności i równości. (...) Projekt uchwały w praktyce różnicuje podmioty na dwie grupy, tj. podmioty objęte jej przepisami oraz podmioty, które korzystają z reklam w ramach Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej oraz Systemu Informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego. Reklamowania się za pomocą ww. systemów w świetle § 4 projektu uchwały nie obejmują ograniczenia dotyczące innych podmiotów np. lokalnych przedsiębiorców reklamujących się we własnym zakresie, tj. bez użycia ww. systemów. W świetle zasady równości nie ma zadanego uzasadnienia aby w ramach Systemu Informacji Miejsko-Turystycznej oraz Systemu Informacji Tatrzańskiego Parku Narodowego prezentowane były treści reklamowe. Reklamy w ramach ww. systemów powinny podlegać takim samym ograniczeniom jak reklamy dla innych podmiotów. Niezależnie od powyższego zarzutu zauważyć należy, iż wprowadzone restrykcję są nieadekwatne do celu jakiemu mają służyć. Granice obszaru objętego projektem uchwały obejmują teren Gminy Miasto Zakopane w jego granicach administracyjnych, z pewnymi wyłączeniami. Nie powinno ulegać wątpliwości, że w różnych częściach gminy potrzeba ograniczenia działalności reklamowej powinna być zróżnicowana W miejscach intensywnego ruchu turystycznego powinna być ona dozwolona w większym zakresie niż w miejscach gdzie takiego ruchu nie ma. Projekt uchwały nie różnicuje takich miejsc i z tego względu również narusza zasadę proporcjonalności.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 78 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały nie różnicuje podmiotów. Różnicuje regulacje według funkcji terenów lub obiektów, nie według tożsamości ich właścicieli. Miejski i tatrzański schemat informacyjny, których zadaniem jest przekazywanie informacji o charakterze miejskim i turystycznym oraz o Tatrzańskim Parku Narodowym i Tatrach, mogły być wyłącznie uzupełnione treściami reklamowymi. Przy czym należy pamiętać, że treść reklamową stanowi przykładowo logo TPN. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, projekt uchwały w ostatecznym brzmieniu nie zawiera wyłączenia ze stosowania przepisów uchwały dla miejskiego i tatrzańskiego schematu informacyjnego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Projekt uchwały ustala często różne zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. dla różnych rodzajów terenów lub obiektów. Przykładowo, ze względu na funkcję, specyfikę i charakter terenów stacji paliw (kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu) zostały dla nich dopuszczone większe gabaryty szyldów w formie wolnostojącej. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich rozróżnienie w załączniku graficznym. Tym samym postulat zróżnicowania ograniczenia działalności reklamowej jest

						spełniony – funkcjonuje zróżnicowanie w zależności od rodzaju terenu lub obiektu. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
79.	20.08.2025.	[*]	„- nasza Spółka jest operatorem nośnika reklamowego zlokalizowanego na Hotelu Murowanica przy ul. Przewodników Tatrzańskich w Zakopanem. Nośnik ten został zrealizowany z zachowaniem wszelkich przepisów prawa dlatego wnioskujemy, aby zgodnie z wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego, który określił, że nie można określać okresów dostosowawczych dla nośników reklamowych dla których zostały wydane zgody budowlane, takie nośniki wyłączyć spod tzw. okresów dostosowawczych. Pozostawienie nośników reklamowych, które zostały wykonane zgodnie z przepisami prawa budowlanego nie wpłynie na estetykę Zakopanego ponieważ takich reklam jest może kilkanaście na terenie całej gminy. Natomiast rozwiązanie to nie narazi Państwa na ewentualne unieważnienie Uchwały ze względu na jej niezgodność z wyrokiem TK. Uchwała nie powinna nakazywać likwidacji bądź dostosowania reklam, które dotychczas były zgodne z prawem, a jak wspomnieliśmy takich reklam na terenie całego miasta jest może kilkanaście. Ponadto wnosimy o: - dopuszczenie umieszczania tablic i urządzeń reklamowych powyżej strefy parteru oraz zwiększenie ich gabarytów do wymiarów 6 m szer. x 3 m wys.; - dodanie definicji muralu reklamowego przez który należy rozumieć urządzenie reklamowe, wykonane technikami plastycznymi na elewacji obiektu budowlanego; - dopuszczenie umieszczania reklam wielkoformatowych (w tym murali) na ścianach ślepych przez które rozumie się ścianę bez otworów okiennych lub drzwiowych albo z otworami okiennymi lub drzwiowymi, których powierzchnia nie przekracza 10% powierzchni tej ściany; - usunięcie zakazu umieszczania reklam na obiektach i obszarach zabytkowych -wprowadzenie ogólnego zakazu reklam na zabytkach w sytuacji, w której kompetencje w tym zakresie mają organy konserwatorskie działające w oparciu o przepisy ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami; - dopuszczenie umieszczania urządzeń reklamowych typu słup reklamowy oraz dwustronna gablota reklamowa o wymiarach ekspozycji reklamy 1,8 m wys. x 1,2 m szer. (w tym ekspozycja w formie ekranu cyfrowego). Nośniki reklamowe małego formatu są powszechnie akceptowane przez społeczeństwo oraz dopuszczone w miastach gdzie uchwały krajobrazowe już funkcjonują tj. Kraków,	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 79 – nieuwzględniona**.	Pomimo wyroku Trybunału Konstytucyjnego, delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego.

			Poznań, Gdańsk, Gdynia, Sopot. Ponadto dopuszczenie możliwości umieszczania reklam cyfrowych pozwala na ograniczenie liczby nośników reklamowych ponieważ na tradycyjnym nośniku może być umieszczona reklama tylko jednego podmiotu, natomiast na nośniku cyfrowym mogą być wyświetlane reklamy wielu różnych klientów. Ponadto nośniki cyfrowe są ekologiczne (nie trzeba drukować nowych materiałów i ich utylizować, nie trzeba przy każdej zmianie reklamy jej fizycznie montować) oraz są rozwiązaniem przyszłościowym, które może pozycjonować Zakopane jako miasto innowacyjne; - dopuszczenie reklam w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z elewacją budynku, z zastrzeżeniem, iż reklama nie może zajmować więcej niż 50% powierzchni siatki ochronnej i może być umieszczona na okres nie dłuższy niż rok, a ponowne umieszczenie nie może nastąpić wcześniej niż po upływie 5 lat od ostatniego zakończonego okresu trwania robót budowlanych;”			Projekt uchwały zawiera konieczne definicje, w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.
80.	25.08.2025.	[*]	„składam uwagi do treści części tekstowej tego aktu w zakresie, jak następuje: Z artykułu 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 roku – o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (zw. dalej: u.p.z.p.) wynika prawo gminy do ingerencji w zakres praw i obowiązków obywateli, między innymi poprzez określenie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na jej terenie. Przepisy art. 37a-37d u.p.z.p. zostały bowiem włączone do polskiego porządku prawnego nowelizacją z dnia 24 kwietnia 2015 roku tj. ustawą o zmianie niektórych innych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. z 2015 r. poz. 774 z późn. zm.), zwaną powszechnie tzw. „ustawą krajobrazową”, której zamierzeniem – wedle uzasadnienia projektu wymienionej ustawy – było wprowadzenie do polskiego ustawodawstwa nowatorskich rozwiązań, które miały na celu przede wszystkim troskę o ład przestrzenny oraz powstrzymanie degradacji krajobrazu i jego ochronę poprzez upoważnienie rady gminy (w przedmiotowej sprawie Rady Miasta) do ustalenia w formie uchwały zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Wskazać przy tym jednakże 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	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 80 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały obejmuje teren Gminy Miasto Zakopane, a nie teren „miasta Krakowa”. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności, istotę swobody prowadzenia działalności gospodarczej, ani istotę praw i wolności. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Przepisy projektu uchwały zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Projekt uchwały zawiera przepisy dostosowujące, określone w wystarczający sposób. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów

			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. Tym samym, winno się oczekiwać, że przy konstruowaniu norm prawnych określających tak istotne kwestie jak zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów), a także ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, Rada Miasta będzie w sposób racjonalny korzystać ze swego prawa tj. poprzez dokonanie wyboru rozwiązań optymalnych, które uwzględniają zarówno charakter danej przestrzeni miejskiej, jej znaczenie gospodarcze, interesy lokalnej społeczności, a w tym również funkcjonujących w jej ramach przedsiębiorców, jak również troskę o ład przestrzenny oraz cel powstrzymania degradacji krajobrazu. 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 jest na tyle znaczący, że może w sposób negatywny odbić się na dalszym rozwoju miasta i lokalnych przedsiębiorców oraz w znaczny sposób ograniczyć konkurencyjność Zakopanego na arenie ogólnopolskiej, jak również europejskiej. W związku z powyższym Gmina przed podjęciem przedmiotowej uchwały winna przygotować wyliczenia i prognozy finansowe, które pozwalałyby odpowiedzieć na pytanie, jakie konkretnie i w jakim wymiarze będę skutki finansowe wprowadzenia uchwały zarówno dla miasta, jego mieszkańców oraz podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Zakopanego 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 m.in. w zakresie sytuowania tablic			małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Projekt uchwały nie zawiera przepisów dotyczących murali. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po 1989 r. i wynikające z niej przemiany gospodarcze, miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie przepisów dotyczących t.r.i.u.r. powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej, poprzez możliwość ich utrzymania. Obowiązujące miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, w zakresie t.r.i.u.r. zawierają przepisy niedostosowane do obecnego stanu prawnego, który uległ znaczącej zmianie od czasu ich uchwalenia. Przykładowo, często dotyczą nośników informacyjnych, a nie reklam. Przez to nie są możliwe do egzekwowania przez odpowiednie organy, zwłaszcza w zakresie t.r.i.u.r. usytuowanych na obiektach budowlanych, nie stanowiących odrębnych urządzeń budowlanych. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje możliwości uzależnienia sytuowania t.r.i.u.r. od zgody odrębnego organu, ani możliwości odstąpienia od przepisów uchwały krajobrazowej.

			reklamowych i urządzeń reklamowych może doprowadzić do monopolizacji rynku reklamowego w Zakopanem. Wnikliwie przeprowadzona analiza treści projektu uchwały wskazuje, że przyjęte w nim 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 Zakopanego. Do zaistnienia tej sytuacji doszło pomimo tego, iż gmina ma obowiązek wszechstronnego rozważenia interesów poszczególnych grup społecznych i wykazania ponad wszelką wątpliwości, 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. Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że na obszarze miasta Zakopanego zachodzi potrzeba ochrony ładu przestrzennego i walorów widokowych miasta, co słusznie stanowi jeden z głównych celów, które przyświecały sporządzeniu kwestionowanego projektu uchwały i co jednocześnie nie jest kwestionowane przez żaden z zainteresowanych podmiotów. Niemniej jednak istotne w sprawie jest również odpowiednie wyważenie interesu społecznego oraz uzasadnionych interesów indywidualnych obywateli, w tym również uzasadnionych interesów mojego zgłaszającego uwagi, które to jest jednym z obowiązków organów administracji publicznej, wynikającym zarówno z zasad ogólnych prawa administracyjnego (art. 7 ustawy Kodeks postępowania administracyjnego), jak i przepisów Konstytucji. Tymczasem przedstawiona koncepcja uchwały Rady Miasta Zakopane w żadnym stopniu tego obowiązku nie realizuje. Projekt uchwały krajobrazowej wprowadza w szczególności zbyt daleko idące nakazy, zakazy i ograniczenia, których wejście w życie spowoduje trudne do odwrócenia negatywne skutki zarówno w sferze ekonomicznej jak i społecznej. Wskazane nakazy, zakazy i ograniczenia w sposób nadmierny i nieuzasadniony ograniczają nie tylko podstawowe prawa podmiotów, których nieruchomości zlokalizowane są na terenie Gminy Miasta Zakopane. Konsekwencją wprowadzenia wskazanych w koncepcji nakazów, zakazów i ograniczeń będzie bowiem nie tylko likwidacja ogromnej ilości			Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			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). Osiągnięcie celów wskazanych w koncepcji uchwały nie powinno być dokonane bez uwzględnienia negatywnych skutków, jakie będą się z tym niewątpliwe wiązać. Na przytoczenie zasługuje w tym miejscu aktualna teza 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 przesłanki 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”. Restrykcyjne i bezrefleksyjne trzymanie się ogólnych celów wskazanych w koncepcji uchwały będzie zatem w tym konkretnym stanie faktycznym 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. Projekt uchwały w obecnym jego brzmieniu narusza prawo własności wykonywane względem nieruchomości, a także prawo swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Wprowadzenie bowiem zakazów lub daleko idących ograniczeń sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) służących do identyfikacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na terenie danej nieruchomości, na praktycznie całym obszarze miasta Zakopane niewątpliwe stanowi przejaw nieuzasadnionego naruszenia wskazanych powyżej praw przysługujących obywatelom. 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. Odpowiednie zastosowanie			

			znajduje tu stanowisko wyrażone przez Naczelny Sąd Administracyjny, który wskazał, że w kontekście powołanego przepisu Konstytucji ocena „nadużycia władztwa planistycznego sprowadza się do zbadania, czy ustalone w planie miejscowym ograniczenia prawa własności nieruchomości są konieczne dla ochrony takich wartości, jak bezpieczeństwo i porządek publiczny lub ochrona środowiska, zdrowia i moralności publicznej, a także wolności i praw innych osób" (zob. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 29 listopada 2016 roku, sygn. akt II OSK 440/15). 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". Nadto w orzecznictwie sądowoadministracyjnym podnosi się, że „(…) własność może być ograniczona, tyle że tylko w drodze ustawy			

			i tylko w takim zakresie w jakim nie narusza to istoty prawa własności, a więc z poszanowaniem zasady proporcjonalności, tj. zakazem nadmiernej w stosunku do chronionej wartości ingerencji w sferę praw i wolności jednostki. Ingerencja w sferę prawa własności musi zatem pozostawać w racjonalnej i odpowiedniej proporcji do ww. celów, dla osiągnięcia których ustanawia się określone ograniczenia, przy czym ograniczenia te winny być dokonane wyłącznie w formie przepisów ustawowych" (wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego we Wrocławiu z dnia 19 grudnia 2017 r., sygn. akt II SA/Wr 624/17). Przywołane w poprzednich akapitach twierdzenia Trybunału Konstytucyjnego i sądów administracyjnych są o tyle istotne w przedmiotowej sprawie, że w mojej ocenie 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. I. Faktyczny zakaz sytuowania wybranych kategorii nośników Kwestią szczególnie wątpliwą jest możliwość wprowadzenia zakazu (w tym całkowitego) sytuowania reklam i urządzeń reklamowych, gdyż taka regulacja może być potraktowana jako naruszająca zasadę konstytucyjnej ochrony wolności gospodarczej, a uchwała krajobrazowa faktycznie takie zakazy wprowadza. Takim naruszeniem konstytucyjnej ochrony wolności gospodarczej i prawa własności są w mojej przede wszystkim: - de facto zakaz sytuowania billboardów na terenie całego Zakopanego w wyniku wyłączanie ich lokalizacji expressis verbis bądź ograniczenie ich sytuowania, które z uwagi na zastosowane kryteria powoduje w rzeczywistości ich całkowitą eliminację z przestrzeni miejskiej; - zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na słupach oświetleniowych oraz w słupie powietrza nad drogami publicznymi i placami. Art. 37a ust. 9 u.p.z.p. wprowadza obowiązek dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, warunków i zasad w niej określonych, a radzie gminy powierzone zostało określenie warunków i terminu dostosowania, przy czym termin ten nie może być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.			

			Wnioskodawca kwestionuje w tym miejscu legalność przyjętego przez ustawodawcę rozwiązania, w pełni podzielając stanowisko wyrażone w doktrynie, wedle którego „Taka regulacja ma charakter działania prawa wstecz w odniesieniu do działań, które były w czasie ich podejmowania legalne. Motywacja ustawowego unormowania posługująca się interesem publicznym w zakresie ochrony krajobrazu nie jest adekwatna do tego, aby obligować chronionych konstytucyjnie właścicieli nieruchomości do zastosowania się do nowych uregulowań". Zmuszenie zatem podmiotów, które legalnie usytuowały obiekty małej architektury, ogrodzenia oraz tablice reklamowe i urządzenia reklamowe do dostosowania się do zakazów, warunków i zasad w niej określonych może okazać się z dużym prawdopodobieństwem oparte o niekonstytucyjną podstawę prawną. Abstrahując od powyższego podnoszę, że projekt uchwały w sposób istotny narusza powołany przepis art. 37a ust. 9 u.p.z.p. Postanowienia przedmiotowej uchwały dowodzą bowiem, że zastosowane zasady dostosowania prowadzą do poważnych problemów interpretacyjnych w zakresie ustalenia, które konkretnie tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe zostaną przeznaczone do usunięcia (zarówno zwykłe jak i wolnostojące), zwłaszcza, że w sytuacji, gdy obiekty te będą miały identyczne wymiary. Wątpliwości tych nie rozstrzygają również dodatkowe zasady przewidziane dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących, albowiem wprowadzają one dowolność organów administracji, wykraczającą poza zakres uznania administracyjnego. Gdyby przyjąć konstytucyjność przepisu art. 37a ust. 9 u.p.z.p., uchwała winna zawierać szczegółowe zasady dostosowania do zawartych w niej zakazów, zasad i warunków, które będą wprowadzały egzekwowalny mechanizm dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do postanowień uchwały, faworyzujący te umieszczone w sposób legalny. Z kolei projekt uchwały nie rozróżnia sytuacji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych „legalnych" i „nielegalnych" oraz nie odpowiada na pytanie, które konkretnie spośród usytuowanych urządzeń i tablic winny pozostać nienaruszone, a które należy zdemontować, ażeby spełnić wymagania określone w uchwale, a to z uwagi na nieprawidłowe określenie warunków dostosowania, tj. brak postanowień mających zastosowanie do możliwych do wystąpienia w praktyce stanów faktycznych, a wprowadzenie mechanizmu znajdującego zastosowanie wyłącznie do wybiórczych stanów faktycznych. Nadto w § 25 pkt 3 projektu uchwały co prawda przewidziano, iż w stosunku do ogrodzeń powstałych legalnie przed wejściem w życie niniejszej uchwały, następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania takich ogrodzeń do wymogów uchwały, lecz wedle powołanego przepisu zawarte w uchwale zakazy, zasady i warunki znajdują			

			zastosowanie do obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń sytuowanych, budowanych, remontowanych lub przebudowywanych od dnia wejścia w życie uchwały, tj. oznacza to, iż ogrodzenie powstałe legalnie przed wejściem w życie niniejszej uchwały i niezgodne z jej postanowieniami nie będzie mogło być remontowane czy przebudowywane , gdyż remont będzie oznaczał konieczność jego dostosowania. Wedle art. 37a ust. 1 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, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, przy czym przez tablicę reklamową należy rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem; a urządzenie reklamowe to przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem. Mural stanowi natomiast reklamę wykonaną technikami plastycznymi na elewacji obiektu budowlanego, tj. nie jest on zdecydowanie przedmiotem materialnym, a przy tym nie posiada elementów konstrukcyjnych i zamocowań. Tym samym, mural nie spełnia ustawowych kryteriów tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego, a zatem Gmina Miejska Kraków nie ma podstawy prawnej do uregulowania uchwałą kwestii murali. Równocześnie budzi istotne wątpliwości wyłączenie spod obowiązywania procedowanej ustawy tablic i urządzeń reklamowych powstałych do roku 1989 bez względu na ich legalność, standardy jakościowe oraz ich wpływ na otoczenie. Uchwała w żaden racjonalny sposób nie wyjaśnia dlaczego przyjęta została ta konkretna cezura, jak również czy i w jaki sposób gmina będzie w stanie zweryfikować czy dany nośnik to kryterium spełnia. Wątpliwości budzi również to czy określenie „tablice reklamowe i urządzenia reklamowe powstałe do roku 1989” odnosi się do nośnika, który został postawiony przed 1989 i stanowi nieprzerwanie element tkanki miejskiej do dnia wejścia w życie uchwały, czy również do nośników, które zostały czasowo zdemontowane. Przyjęcie bowiem drugiego rozumienia tego pojęcia rodzi poważne ryzyko wysypu nowych „zabytkowych nośników”. Celem uniknięcia potencjalnych nadużyć proponuje się więc			

			rozważenie przyjęcia tego wyłączenia wyłącznie dla nośników ujętych w kartach ewidencyjnych zabytków, a w najgorszym wypadku wprowadzenia zamkniętej listy tych „zabytkowych nośników" i dołączenie jej do uchwały krajobrazowej w formie załącznika. Niemniej jednak kryteriami, w oparciu o które podejmowana będzie decyzja o pozostawieniu danej tablicy lub urządzenia reklamowanego, winny być legalność usytuowania, odpowiednie standardy jakościowe i poszanowanie dobrego sąsiedztwa, natomiast kwestią nieistotną data, w której dana reklama została zrealizowana. 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, a dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do wymogów uchwały będzie niemożliwe lub znacznie utrudnione ze względów technicznych i organizacyjnych. Projekt uchwały w żaden sposób nie uwzględnia uprawnień nabytych przed wejściem uchwały w życie. Urządzenia reklamowe wykonane w sposób legalny na podstawie uzyskanych pozwoleń administracyjnych winny 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 tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego pod groźbą bardzo wysokich sankcji administracyjnych. Należy zauważyć, że w obowiązujących na terenie gminy miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego określone zostały odpowiednie zasady dotyczące kwestii tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, a wprowadzenie bardziej radykalnych rozwiązań jest zupełnie niecelowe i niepotrzebne. Projekt uchwały powinien przewidywać możliwość uzyskania zgody właściwego organu na sytuowanie w szczególnych sytuacjach tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego niezależnie od ustaleń			

			uchwały, w ramach tzw. odstępstwa. 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. Taka możliwość wraz z trybem udzielenia zgody na odstępstwo powinna zostać przewidziana w procedowanej uchwale. Mając na uwadze powyższe, niniejszym wnoszę o uwzględnienie zgłoszonych uwag i zastrzeżeń na dalszych etapach procedury związanej z uchwalaniem uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, tj. tzw. uchwały krajobrazowej.”			
81.	25.08.2025.	[*]	„(...) Moje uwagi to brak poszanowania dobrego sąsiedztwa (...), które zmniejsza wartość mojej działki.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 81 – nieuwzględniona**.	Uwaga niezrozumiała, nie zawiera postulatu i generalnie wydaje się wykraczać poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Projekt uchwały ma na celu m.in. poszanowanie dobrego sąsiedztwa.
82.	25.08.2025.	Stowarzyszenie Dla Podhala	„Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie budzi poważne zastrzeżenia: 1. Jest nadmiernie skomplikowany i nieczytelny dla przeciętnych mieszkańców i przedsiębiorców – zamiast uporządkować przestrzeń, grozi stworzeniem dodatkowego chaosu. 2. Nie ogranicza wystarczająco chaosu reklamowego, a w niektórych zapisach wręcz otwiera możliwości lokowania reklam tam, gdzie dotąd były zabronione (np. na ogrodzeniach). 3. W wielu miejscach jest bardziej liberalny niż miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, a jego uchwalenie skutkowałoby uchyleniem zapisów MPZP – osłabiając dotychczasową ochronę krajobrazu. 4. W efekcie uchwała może okazać się wizerunkowym niewypałem – zamiast poprawy estetyki i ładu przestrzennego grozi, że w praktyce nic nie zmieni. Dlatego konieczne jest przyjęcie uchwały prostszej, bardziej czytelnej i skutecznej – opartej głównie na regulacji szyldów związanych z działalnością w danym obiekcie, przy jednoczesnym ograniczeniu pozostałych form reklamy. WNOSIMY O WPROWADZENIE NASTĘPUJĄCYCH ZMIAN I POPRAWEK: 1. Reklamy i szyldy – kierunkowe ograniczenia	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 82 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały jest czytelny i spójny, natomiast dotyczy skomplikowanej w swej istocie materii ładu przestrzennego. Nie odbiega stopniem szczegółowości od uchwał krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce. Przepisy zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Projekt uchwały został ponownie przeanalizowany i możliwie uproszczony, uczytelniony. 1. A. Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów w bardzo ograniczonym zakresie. Przepisy w tym zakresie zostały określone w wyważony sposób, dostosowany do charakteru miejsca. B. Liczba szyldów dopuszczonych do sytuowania dla każdego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, została określona w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym,

			A. Wprowadzić całkowity zakaz reklam w przestrzeni publicznej, pozostawiając wyłącznie szyldy odnoszące się do prowadzonej działalności. B. Ograniczyć liczbę szyldów do 1 szyldu na działalność. C. Określić maksymalną powierzchnię szyldu (np. 2 m²) zamiast drobiazgowych wymiarów. D. Całkowicie zakazać reklam wyborczych poza wyznaczonymi miejscami (tablice miejskie, tablice kampanijne). 2. Okres dostosowawczy A. Wprowadzić termin dostosowania istniejących obiektów – min. 12 miesięcy. B. Skrócić nadmiernie długi okres 5-letni dla reklam legalnych do maksymalnie 24 miesięcy.. C. Zawęzić katalog wyłączeń – nie zwalniać wszystkich istniejących ogrodzeń, a jedynie obiekty zabytkowe i szczególnie wartościowe. 3. Podział na strefy i spójność z planami A. Wyznaczyć strefy regulacyjne (centrum historyczne, turystycznousługowa, peryferyjna/przyrodnicza) z granicami w załącznikach. B. Uniknąć sytuacji, w których uchwała jest bardziej liberalna niż MPZP.. 4. Mechanizmy wsparcia i motywacji A. Kampania informacyjna i doradztwo dla mieszkańców, skoncentrowane szczególnie na wyjaśnieniu różnic między reklamą a szyldem oraz korzyściach wynikających z prowadzenia działalności gospodarczej w wizualnie uporządkowanej przestrzeni. B. Konsultacje szyldów z plastykiem miejskim. C. Opracowanie katalogu dobrych i złych praktyk. D. Powiązanie z opłatą reklamową (preferencje dla nośników zgodnych z uchwałą). E. Wprowadzenie dopuszczalnych szyldów wolnostojących w stylu regionalnym. 5. Zgodność z ustawą i poprawa techniki prawodawczej A. Uzupełnić uchwałę o wszystkie elementy wymagane art. 37a ustawy (zasady, gabaryty, materiały). B. Usunąć powielanie definicji ustawowych i zastąpić nieostre pojęcia jasnymi parametrami. C. Zrezygnować z zapisów zakazujących szyldów – należy jasno wskazać ich dopuszczalne formy. 6. Priorytetyzacja egzekucji A. Najpierw usuwać największe i najbardziej szpecące reklamy. B. Ograniczyć czas ekspozycji reklam okolicznościowych do 30 dni po wydarzeniu. UZASADNIENIE			dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Należy pamiętać, że często sama nazwa działalności składa się z dwóch-trzech wyrazów (np. „Hotel Kasprowy Wierch”, „Pensjonat Biały Ślad”, „Restauracja Gazdowo Kuźnia”, „Pijalnia Czekolady E. Wedel”), które z uwagi na charakter elewacji mogą być usytuowane na różnych nośnikach stanowiących odrębne szyldy w rozumieniu przepisów prawa. A przecież szyld w rozumieniu przepisów prawa to nie tylko nazwa działalności, ale wszelkie inne t.r.i.u.r. informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajdują, jak np. przedstawienie menu lub asortymentu usług. C. Ustalone maksymalne wymiary t.r.i.u.r. mają na celu poprawę ładu przestrzennego oraz eliminację wątpliwości interpretacyjnych na etapie pracy na przepisach uchwały. Przykładowo szyld o ustalonej jedynie maksymalnej powierzchni 2 m^2 może przyjąć wymiary: 20 m długości i 10 cm wysokości. Rezygnacja z ustalenia wymiarów mogłaby skutkować pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. D. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, w ostatecznym brzmieniu projektu uchwały reklamy wyborcze zostały dopuszczone na miejskich tablicach i urządzeniach plakatowo-afiszowych i informacyjnych. 2. A. W wyniku szeregu analiz, w tym analiz złożonych uwag, w ostatecznym brzmieniu projektu uchwały generalny termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych projektem uchwały wynosi 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały – w tym zakresie uwaga jest bezprzedmiotowa. B. Termin 60 miesięcy dla t.r.i.u.r. usytuowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, a więc praw nabytych, został określony w wyważony sposób. C. Zwolnienie z obowiązku dostosowania do przepisów uchwały nie dotyczy „wszystkich istniejących ogrodzeń”, a wyłącznie ogrodzeń zrealizowanych na podstawie prawomocnych

			Przyjęcie powyższych poprawek zapewni zgodność uchwały z ustawą i planami miejscowymi, uprości przepisy, wzmocni ich skuteczność i odporność na unieważnienie oraz wprowadzi czytelne, proste zasady. Skupi też regulacje na wyeliminowaniu agresywnych reklam dominujących w przestrzeni Zakopanego, zamieniając je na szyldy informacyjne. W połączeniu z mechanizmami wsparcia i motywacji pozwoli to na realną poprawę estetyki przestrzeni miejskiej.”			decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, ogrodzeń usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego oraz ogrodzeń objętych ochroną konserwatorską. Zwolnienie to zostało określone w wyważony sposób, zgodny z brzmieniem przepisów projektu uchwały, które, przykładowo, dopuszczają sytuowanie ogrodzeń na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. 3. A. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich rozróżnienie w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, o ile są one określone w sposób jednoznaczny (por. art. 37a ust. 6 ustawy o p.i.z.p.). Przy czym rozróżnienie w tekście nie skutkuje koniecznością zmiany uchwały w przypadku pojawienia się nowych terenów określonego rodzaju, co byłoby konieczne przy ich rozróżnieniu w załączniku graficznym. B. Obowiązujące miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, w zakresie t.r.i.u.r. zawierają przepisy niedostosowane do obecnego stanu prawnego, który uległ znaczącej zmianie od czasu ich uchwalenia. Przykładowo, często dotyczą nośników informacyjnych, a nie reklamowych. Przez to nie są możliwe do egzekwowania przez odpowiednie organy, zwłaszcza w zakresie t.r.i.u.r. usytuowanych na obiektach budowlanych, nie stanowiących odrębnych urządzeń budowlanych. 4. Postulaty wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Przykładowo, wysokość opłat reklamowych wynika z przepisów wyższego rzędu oraz będzie stanowić przedmiot odrębnej uchwały Rady Miasta Zakopane. Przepisy uchwały nie mogą określać standardów jakościowych lub rodzajów materiałów budowlanych dla szyldów. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie, żeby szyldy prezentowały styl regionalny. 5.

						Projekt uchwały jest zgodny z przepisami prawnymi wyższego rzędu, w tym ustawą o p.i.z.p. i zasadami techniki legislacyjnej. Zawiera wszystkie wymagane elementy. Nie powiela definicji ustawowych. Zawiera możliwie precyzyjne ustalenia, co, skądinąd, skutkuje wątpliwościami dotyczącymi stopnia jego skomplikowania (por. punkt pierwszy wprowadzenia do uwagi Stowarzyszenia). Nie zawiera zakazu sytuowania szyldów, a jedynie zakaz sytuowania szyldów w pewnych, ściśle określonych, formach. 6. A. Postulat wykracza poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Można jednak domniemać, że egzekucja przepisów uchwały będzie dotyczyć w pierwszej kolejności obiektów najbardziej szpecących krajobraz. B. Sytuowanie reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie jest dopuszczone do 7 dni po zakończeniu wydarzenia (por. § 9 ust. 5 projektu uchwały). Sytuowanie reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich jest dopuszczone do 3 dni po zakończeniu wydarzenia (por. § 9 ust. 6 projektu uchwały). Przepisy w tym zakresie zostały określone w wyważony sposób, a organ nie widzi sensu w postulacie ich „ograniczenia (...) do 30 dni po wydarzeniu", które stanowiłoby wydłużenie, a nie ograniczenie.
83.	25.08.2025.	Polskie Koleje Linowe S.A.	„Uzupełnienia/zmiany, które PKL postuluje do wprowadzenia zostały oznaczone poprzez podkreślenie tekstu, natomiast to co PKL proponuje do usunięcia zostało oznaczone poprzez przekreślenie tekstu. Nasze wyjaśnienia do proponowanych zmian są zapisane kursywą. W zakresie Działu I Zmiany w definicjach oraz Dodanie definicji w § 2: 29) sezonie narciarskim – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 01 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 10 maja następnego roku kalendarzowego – *Wyjaśnienie PKL: proponowana zmiana podyktowana jest to tym, iż niejednokrotnie sezon na ośrodkach narciarskich zaczyna się wcześniej i kończy później niż proponowany w uchwale 15 grudnia i 15 kwietnia np. na Kasprowym Wierchu sezon narciarski trwa do weekendu majowego (w najbardziej skrajnym przypadku nawet do 10 maja)*.	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 83 – nieuwzględniona**.	Projekt uchwały zawiera konieczne definicje, w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby, rodzajów i gabarytów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie rozszerzonych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i

			34) terenie dostępnym publicznie – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku, pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego, lub będącą zorganizowanym terenem narciarskim albo terenem związanym z funkcjonującą osobową koleją linową; 44) znaczącym obiekcie sportowym – należy przez to rozumieć: stadion o pojemności min. 250 widzów, halę sportową o powierzchni min. 500 m2, salę gimnastyczną o powierzchni min. 400 m2, basen pływacki o długości min. 25 m, kort tenisowy o powierzchni min. 200 m2, skocznię narciarską o rozmiarze (HS) min. 50 m, lodowisko o długości tafli min. 60 m, tor łyżwiarski owalny o obwodzie min. 400 m, lub ścianę wspinaczkową o powierzchni ściany min. 250 m2; osobową kolej linową (bez względu na przepustowość) wraz z infrastrukturą, wyciąg lub przenośnik wraz z ich infrastrukturą o przepustowości co najmniej 500 os/h. - *Wyjaśnienie PKL: konieczne jest uzupełnienie definicji znaczącego obiektu sportowego o koleje osobowe oraz wyciągi, gdyż zgodnie z definicją ustawową nie mieszczą się one w pojęciu „zorganizowanych terenów narciarskich”. A bez wątpienia zwłaszcza koleje linowe są istotnymi obiektami sportowymi, zwłaszcza w porównaniu np. z kortami tenisowymi czy ściankami wspinaczkowymi i powinny ich dotyczyć takie same preferencje odnośnie reklam.* *Dodanie definicji:* 46) tablicy informacji kierunkowej – należy przez to rozumieć tablicę, której głównym celem jest określenie lokalizacji obiektów związanych z obsługą klientów na danym obszarze (np. kierunkowskazy i oznaczenia lokalizacyjne kas; toalet; restauracji itd.) – *Wyjaśnienie PKL: pozwoli to uniknąć nieporozumień w jaki sposób traktować tabliczki kierunkowe lokalizowane w obszarze danego ośrodka np. w obszarze Górnej Stacji KLT Gubałówka znajduje się kilka restauracji; wyciąg narciarski; toalety; zjeżdżalnia grawitacyjna; kasy; sklepik z pamiątkami i konieczna jest odpowiednia organizacja komunikacji kierunkowej. Nie jest to to samo co w pkt 11) kierunkowskaz reklamowy (który w domyśle może być lokalizowany na terenie całego Miasta) ponieważ głównym zadaniem jest łatwa identyfikacja obiektów użytkowych w danym ośrodku i może być lokalizowana tylko w najbliższej lokalizacji danych obiektów. W celu ograniczenia możliwości nadużywania takiej interpretacji proponujemy ewentualne ograniczenie maksymalnych powierzchni ekspozycji informacji kierunkowej do np. 0,25 m²* Zmiany / Uzupełnienia zapisów w § 4 w zakresie: ust. 1: Przepisów Rozdziału II – Dział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 6) płasko, przylegle – namalowanych lub naklejonych – na fabrycznych konstrukcjach zarejestrowanych i dopuszczonych do			skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale. Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji

			ruchu na drogach publicznych: pojazdów samochodowych, przyczep, naczep, lawet i kolejek turystycznych, jak również na elementach, w tym pojazdach i urządzeniach wyciągowych lub/i infrastrukturze funkcjonujących osobowych kolei linowych, wyciągów i przenośników. - *Wyjaśnienie PKL: osobowych kolei i wyciągów jest niewiele na terenie Zakopanego i to nie one są powodem braku ładu w zakresie reklam. Stąd zasadne jest ogólne wyłączenie, a nie szczegółowe regulacje w dalszej treści uchwały. Uprości to też samą konstrukcję uchwały.* *Dodanie punktów w ust.1:* 9) na urządzeniu automatycznym w formie treści multimedialnej o powierzchni do 1 m^2 – *Wyjaśnienie PKL: mamy na myśli możliwość wykorzystania do prezentowania treści reklamowych ograniczonych powierzchni multimedialnych urządzeń automatycznych* 10) na elementach dekoracji okolicznościowych, o ile będą ograniczone do treści reklamowych do pow. do 0,25 m^2 wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji; – *Wyjaśnienie PKL: mamy na myśli np. organizowany od kilku lat w obszarze górnej stacji KLT Gubałówka Park Światła; na znacznej ilości ozdób znajdują się logotypy; hashtagi, które są spójne z dekoracją a mogły by być traktowane jako treści reklamowe* 11) wewnątrz budynków i pojazdów, 12) na elementach zabezpieczających takich jak siatki, fladry, materace – logotypów i oznaczeń zarządcy zorganizowanego terenu narciarskiego. Dodanie ust. 3 3. Przepisów działu II – rozdział II i III – nie stosuje się do: 1) tablic informacji kierunkowych – *Wyjaśnienie PKL: ilość tablic informacji kierunkowych musi być większa niż ograniczenia wskazane w rozdziałach II i III, np. stacja górna Gubałówki mieć więcej kierunkowskazów sterujących ruchem np. do zjeżdżalni, restauracji, toalet. Ich celem nie jest reklama ale kierowanie ruchem turystów, stąd zasadne jest w ogóle wyłączenie ich spod regulacji rozdziałów II i III.* W zakresie Działu II Rozdział I OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY Zmiany § 6 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 3) Masztów flagowych – maks. 8 m Zmiany § 7 ust. 4 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika (w tym cegła), materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne; – *Wyjaśnienie PKL: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały*			materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r., w tym ograniczenie ich liczby, rodzajów, gabarytów i czasu sytuowania, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dopuszczenie większych gabarytów t.r.i.u.r. na wagonikach funkcjonujących osobowych kolei linowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Kwestia jej odniesienia do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Wydłużenie maksymalnego okresu sytuowania reklam okolicznościowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Nawet, jeśli dany obiekt

			kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np. laminaty HPL; dibond Rozdział II TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE, NIESTANOWIĄCE SZYLDÓW Zmiany § 9 w zakresie zmian/ dodania / usunięcia zapisów: 1. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych: 4) na urządzeniach automatycznych: d) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi ~~5) na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych:~~ ~~a) płasko na pojeździe,~~ ~~b) gabaryty:~~ ~~– szerokość maks. 2 m,~~ ~~– wysokość maks. 1 m,~~ ~~– grubość (głębokość) maks. 1 cm,~~ ~~c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m2 na krzesełku i maks. 2 m2 na wagoniku lub gondoli.~~ – *Wyjaśnienie PKL: w przypadku, gdyby pojazdy te zostały wyłączone zgodnie z wyższym postulatem dla § 4, określanie parametrów reklamy w tym miejscu nie będzie konieczne; w przeciwnym wypadku wnosimy o zwiększenie powierzchni ekspozycji reklamy dla wagonika do 4 m²* *2. Dopuszcza si*ę sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w formie wolnostojącej: 1) na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego: a) jednostronne lub wielostronne, b) gabaryty dla orientacji poziomej: − szerokość maks. 4 m, − wysokość maks. 4,5 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2,5 m, − grubość (głębokość) maks. 25 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 7 m² po każdej stronie i maks. 14 m² łącznie, c) gabaryty dla orientacji pionowej: − szerokość maks. 1,25 m, − wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, − grubość (głębokość) maks. 1,25 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm,			zlokalizowany jest na zorganizowanym terenie narciarskim lub stanowi budynek stacji, ochrona konserwatorska i ochrona parków kulturowych jest najważniejsza. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie sytuowania pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie liczby urządzeń reklamowych o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, dopuszczonych na nieruchomości zabudowanej budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, ich większej liczby i gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich t.r.i.u.r. sytuowanych na elewacji w strefie parteru, jak również zmniejszenie odległości ochronnych od ich skrajnych elementów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Dla ochrony ładu przestrzennego zakazane są takie formy szyldów jak baner (nazywany często pejoratywnie „szmatą reklamową"), „potykacz" czy

			− powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 12 m^2 łącznie, d) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego: maks. 12 m2. – *Wyjaśnienie PKL: w przypadku tablic i urządzeń reklamowych wolnostojących np. przy obiektach sportowych wskazane wymiary są zbyt małe w odniesieniu do potrzeb i dopuszczenie większych tablic i urządzeń w sąsiedztwie tak dużych obiektów jak znaczący obiekt sportowy lub zorganizowane tereny narciarskie nie spowoduje zbyt dużej ingerencji z krajobraz. Ponadto, z uwagi na powszechnie przyjętą definicję nieruchomości (jedna nieruchomość obejmuje wszystkie działki, które znajdują się w jednej księdze wieczystej), to brak sprecyzowania powierzchni w odniesieniu do nieruchomości (tak jak to zaproponował PKL) doprowadzi do skrajnie nierównego traktowania adresatów uchwały. Przykładowo, jeśli jeden teren narciarski jest podzielony na wiele małych nieruchomości, to będzie miał do dyspozycji znacznie większą powierzchnię ekspozycji reklamy niż dużo większa od niego stacja narciarska, ale posiadająca większość działek w jednej księdze wieczystej.* *5. Dopuszcza się* sytuowanie następujących reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 21 dni przed jego rozpoczęciem i do 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku: 6. Dopuszcza się sytuowanie następujących reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do 7 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 90 dni łącznie w ciągu roku: 8. Dopuszcza się stosowanie urządzeń reklamowych wykorzystujących nowoczesne technologie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach budynków lub budowli, przy następujących ograniczeniach: a) urządzenia tego typu będą funkcjonować w godzinach 6:00 – 22:00, b) treści o charakterze promocyjnym na tego typu urządzeniach będą emitowane przez maksymalnie 15 minut w każdej pełne godzinie. W pozostałym czasie na instalacji emitowane będą treści edukacyjne związane z kulturą, przyrodą i historią Podhala. c) powierzchnia tego typu urządzeń będzie wynosić maksymalnie 50% powierzchni elewacji Zmiany § 10 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 6. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów:			„dmuchaniec”. Wyświetlacze o zmiennej treści na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej powinny co do zasady informować o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, stanowiąc często podstawę decyzji o zakupie biletu, i jest to jedyny powód ich dopuszczenia w projekcie uchwały. Dopuszczenie wnioskowanych możliwości sytuowania szyldów byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, w tym dopuszczenie ich sytuowania dla potrzeb grodzenia konkretnych kategorii terenów, mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez ograniczenie liczby obiektów często szpecących krajobraz i pozostawienie pozostałych terenów otwartymi. Dzięki temu zostaną zachowane niezbędne korytarze przyrodnicze. Dopuszczenie sytuowania tymczasowych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania ogrodzeń, w tym sytuowania trwałych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, w ciągu całego roku, czy ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Natomiast z przedmiotu ustaleń projektu uchwały są wyłączone ogrodzenia zabezpieczające stanowiące realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi (tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych). Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego.

			1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych – *Wyjaśnienie PKL: cały obszar górnej stacji KLT Gubałówka (a więc obszar zorganizowanego terenu narciarskiego; zabudowanego budynkiem stacji znajduje się w strefie ochrony konserwatorskiej w związku z czym takie zapisy są potrzebne), podobnie sprawa ma się co do budynków stacyjnych Kolei Linowej Kasprowy Wierch – też są wpisane do Gminnej Ewidencji Zabytków a znajdują się na zorganizowanym terenie narciarskim i są nieruchomościami zabudowanymi dworcami. Należy ponadto wyjaśnić, że obecnie żadna z osobowych kolei linowych w Zakopanem nie jest środkiem komunikacji publicznego transportu zbiorowego a w odniesieniu do budynków kolei linowych ustawy i rozporządzenia używają pojęcia „stacja" a nie „dworzec".* 2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych i promujących wydarzenia miejskie, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich oraz reklam wyborczych; z wyjątkiem oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych 3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego, reklam na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych; tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą, oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych – *Wyjaśnienie PKL: zarówno część ośrodka Gubałówka jak i Kasprowy Wierch znajduje się na obszarze Parku Kulturowego*			W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Rozszerzenie rodzajów wyjątków od obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			Kotliny Zakopiańskiej w związku z czym takie zapisy są potrzebne. Należy ponadto wyjaśnić, że obecnie żadna z osobowych kolei linowych w Zakopanem nie jest środkiem komunikacji publicznego transportu zbiorowego a w odniesieniu do budynków kolei linowych ustawy i rozporządzenia używają pojęcia „stacja" a nie „dworzec". 7. Zakazuje się sytuowania dopuszczonych uchwałą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w następujących formach: 3)pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych w miejscu organizacji na terenach wydarzeń miejskich oraz urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem urządzeń reklamowych: b) maks. ~~jednego urządzenia reklamowego~~ dwóch urządzeń reklamowych na nieruchomości zabudowanej budynkiem dworca komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego oraz dwóch urządzeń reklamowych na nieruchomości zabudowanej budyniem stacji osobowej kolei linowej lub jej infrastrukturą. Rozdział III SZYLDY Zmiany § 12 w zakresie zmian/ dodania / usunięcia zapisów: 3. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji: 1) płasko na ścianach, z wyjątkiem ścian budynków mieszkalnych wielorodzinnych: a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla każdego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku, z wyjątkiem budynków użyteczności publicznej, na których maks. dwa szyldy tego rodzaju b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju, dla jednego z podmiotów prowadzących działalność w danym budynku ~~8. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych:~~ ~~1) płasko na pojeździe,~~ ~~2) gabaryty:~~ ~~a) szerokość maks. 2 m,~~ ~~b) wysokość maks. 1 2 m,~~ ~~c) grubość (głębokość) maks. 1 cm,~~ ~~3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m2 na krzesełku i maks. 2 4 m2 na wagoniku lub gondoli.~~ – *Wyjaśnienie PKL: w przypadku, gdyby pojazdy te zostały wyłączone zgodnie z wyższym postulatem dla § 4, określanie parametrów szyldów w tym*			

			miejscu nie będzie konieczne; w przeciwnym wypadku wnosimy o zwiększenie powierzchni ekspozycji szyldu dla wagonika do 4 m² 8. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących szyldów na obiektach małej architektury i obiektów dekoracji okolicznościowych (świątecznych): 1) na jednym obiekcie maks. jeden szyld; 2) płasko na obiekcie, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia; 3) gabaryty: a) szerokość: maks. 2 m b) wysokość: maks. 1,5 m c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,3 m2 9. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów w formie wolnostojącej: 1) na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw lub restauracja o powierzchni użytkowej min. 250 m2 umożliwiająca zakup bezpośrednio z samochodu, lub budynek użyteczności publicznej pełniący funkcję handlową o powierzchni sprzedaży min. 1000 m2: a) na jednej nieruchomości maks. dwa szyldy; b) jednostronne lub wielostronne, c) gabaryty dla orientacji poziomej: - szerokość maks. 3 m, - wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 2 m, - grubość (głębokość) maks. 25 cm, - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m2 po każdej stronie i maks. 12 m2 łącznie, d) gabaryty dla orientacji pionowej: - szerokość maks. 1,5 m, - wysokość maks. 5 m, z wyjątkiem szyldów o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 1 m2 po jednej stronie i 2 m2 łącznie, dla których maks. 8 m, - grubość (głębokość) maks. 0,5 m, z wyjątkiem szyldów o wysokości nieprzekraczającej 3 m, dla których maks. 1,5 m, oraz z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm, - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 6 m2 po każdej stronie i maks. 15 m2 łącznie; 2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych: a) na każde 2000 m² jednej nieruchomości lub na każde 2000 m² jednego zorganizowanego terenu narciarskiego maks. jeden szyld; b) jednostronny lub wielostronny, c) gabaryty dla orientacji poziomej: - szerokość maks. 3 m,			

			- wysokość maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1,5 m, - grubość (głębokość) maks. 25 cm, - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 4,5 m2 po każdej stronie i maks. 9 m2 łącznie, d) gabaryty dla orientacji pionowej: - szerokość maks. 1,25 m, - wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, - grubość (głębokość) maks. 1,25 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 10 cm, - powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m2 po każdej stronie i maks. 12 m2 łącznie. Zmiany § 13 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 1. Dopuszcza się sytuowanie maks. pięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego, przy uwzględnieniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na ich poszczególne rodzaje przepisami § 12. 2. Ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym niestanowiących szyldów) sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach), z wyłączeniem reklam okolicznościowych i reklam wyborczych – na maks. 40% ~~20%~~ powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. 40% ~~20%~~ powierzchni każdej witryny. 4. Dla szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych, nakazuje się: 2) zachowanie odległości ich skrajnych elementów od: a) krawędzi: elewacji, ogrodzeń i konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. ~~10~~ 5 cm 7. Zakazuje się sytuowania szyldów w następujących formach: 1) banerów, z wyjątkiem szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich, szyldów związanych z realizacją imprez okolicznościowych 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) szyldów / urządzeń reklamowych, z wyjątkiem okolicznościowych w miejscu organizacji wydarzeń miejskich; urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem: a) cenników, b) rozkładów jazdy, c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych,			

			d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych, oferowanych przez zarządcę obiektu produktach i usługach - na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej ~~– napowietrznej wagonowej lub linowo terenowej wagonowej~~ w tym linowo-terenowej oraz na zorganizowanym terenie narciarskim. Rozdział IV OGRODZENIA Zmiany § 15 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia wyłącznie następujących terenów: 9) Ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa dla zorganizowanych terenów narciarskich (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące) – *Wyjaśnienie PKL bardzo często ogrodzenia terenów narciarskich musza być ogrodzeniami trwałymi, dotyczy to zwłaszcza ogrodzeń służących do zabezpieczania niebezpiecznych miejsc siatkami i materacami które są montowane w sposób trwały np. na fundamentach. Ma to znaczący wpływ na bezpieczną eksploatację takich obiektów.* 3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń: 5) - dla ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych – max. 5 m. Zmiany § 16 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 5. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia: 2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, wejść i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu; materiały kompozytowe – *Wyjaśnienie PKL: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np laminaty HPL; dibond* 11) dla ogrodzeń określonych w § 15 ust. 1 pkt 9 i ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki. W zakresie Rozdziału III Przepisy Dostosowujące Zmiany § 17 w zakresie zmian/ dodania zapisów: 1) obiektów małej architektury: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub lokalizowanych poza miejscami publicznymi lub – *zgodnie z obowiązującym prawem budowlanym obiekty małej architektury poza miejscami publicznymi np. przydomowe mogą być realizowane bez zgłoszeń lub innych decyzji administracyjnych* lub			

			b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi ostatecznymi decyzjami o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, lub 3) ogrodzeń: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, lub b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub na terenach z wydanymi ostatecznymi decyzjami o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, lub			
84.	25.08.2025.	[*]	„po zapoznaniu się z projektem uchwały wnoszę o: - ponowne przeanalizowanie dopuszczonych form reklamowania się na terenie gminy miejskiej Zakopane, - uproszczenie i uczytelnienie formy uchwały, - ograniczenie możliwości montażu reklam na terenie miasta Zakopane do niezbędnego minimum, - ograniczenie ilości dopuszczanych nośników na jednej nieruchomości, - ograniczenie dopuszczonych wymiarów reklam (w tym szyldów), - wnioskuję również o zrównanie zasad dopuszczonych dla podmiotów publicznych z właścicielami prywatnymi.”	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 84 – nieuwzględniona**.	Dopuszczone formy t.r.i.u.r. zostały ponownie przeanalizowane. Projekt uchwały jest czytelny i spójny, natomiast dotyczy skomplikowanej w swej istocie materii ładu przestrzennego. Nie odbiega stopniem szczegółowości od uchwał krajobrazowych obowiązujących w innych gminach w Polsce. Projekt uchwały został możliwie uproszczony, uczytelniony. Przepisy projektu uchwały zostały określone w wyważony sposób, stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym, dostosowany do specyfiki i krajobrazu kulturowego Zakopanego. Znacznie ograniczają możliwość sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, ogólną liczbę t.r.i.u.r. na nieruchomościach, jak również ich gabaryty. Projekt uchwały nie różnicuje podmiotów. Natomiast ustala często różne zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. dla różnych rodzajów terenów lub obiektów – różnicuje regulacje według funkcji terenów lub obiektów, nie według tożsamości właścicieli. Rozróżnienie kategorii terenów w tekście projektu uchwały ma taki sam skutek, jaki miałoby ich rozróżnienie w załączniku graficznym. Uchwała krajobrazowa może bowiem przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy, o ile są one określone w sposób jednoznaczny (por. art. 37a ust. 6 ustawy o p.i.z.p.). Przy czym rozróżnienie w tekście nie skutkuje koniecznością zmiany uchwały w przypadku pojawienia się nowych terenów określonego rodzaju, co byłoby konieczne przy ich rozróżnieniu w załączniku graficznym.

						Przepisy projektu uchwały zostały określone w sposób stanowiący kompromis pomiędzy interesem prywatnym i publicznym.
85.	25.08.2025.	[*]	„Uwaga odnośnie nie korelowaniu treści uchwały z założeniami dla jakich miał powstać , Uwaga odnośnie zastosowania nieuzasadnionych restrykcji i bezprawnemu zawłaszczaniu prywatnej przestrzeni właścicieli terenów . Trudno przeprowadzic dowód ,aby restrykcyjne "co do centymetra" sytułowanie urządzeń reklamowych na obiektach i terenach prywatnych mialo na celu sprostanie postawionym w motcie uchwaly celom , by ich umieszczenie na ścianie kilka centymetr6w w lewo czy w prawo "chronilo unikatowe walory krajobrazowe Zakopanego". Uwaga odnośnie braku strefowania obszaru obowiązywania uchwały . Niewatpliwie inna wartość krajobrazową ma teren otwarty , uczęszczany turystycznie , a inną tereny przemysłowe . Tymczasem uchwała nieuzasadnienie restrykcyjnie traktuje jednakowo całą przestrzeń jej oddziaływania . Czytelność przekazu reklamowego . Inaczej postrzegana jest tablica informacyjna w centrum miasta z odległości np. 2 metrów , a inaczej z perspektywy poruszającego się pojazdu i odległości 15 m . Winno to znaleźć uwzględnienie w wielkości reklamy . Uwaga odnośnie braku poszanowania konstytucyjnie chronionego prawa własności . Poddaje się w wątpliwość , jak reklama umieszczona na prywatnej posesji reklamodawcy "zawlaszcza przestrzeń publiczną." , "pogarsza jakosc zycia w miescie" , "nie szanuje dobrego sąsiedztwa" . Przeciez jest to prywatna sprawa wlasciciela . Przedstawiony "projekt uchwaly krajobrazowej" narusza gwarantowane Konstytucjij prawo wlasności Uwaga odnośnie nie przedstawienia trybu odszkodowawczego z tytułu usuniecia legalnych urządzeń reklamowych , odszkodowań z tytułu dostosowania do wymagań uchwały . Uwaga odnośnie braku wyliczenia finansowych skutków wprowadzenia uchwały . Projektodawca nie przedstawił wyliczenia środków jakie Gmina Zakopane poniesie z tytułu odszkodowań za narzucenie swoich rozwiązań . Czy środki te są zarezerwowane . Na umieszczenie większości urządzeń reklamowych niepotrzebne są specjalne zgody czy pozwolenia. Zatem uznać należy że reklamy umieszczone są legalnie . Reklamodawcy poniesli koszty związane z ich wytworzeniem i umieszczemem . Z powodu ich umieszczenia spodziewają się uzyskać korzysci finansowe w postaci większych obrotów i zysków . Urząd musi spodziewac siy zatem lawiny roszczen o odszkodowania z tytulu	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 85 – nieuwzględniona**.	Ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. mają na celu poprawę ładu przestrzennego, m.in. poprzez uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego. Dla różnych rodzajów terenów lub obiektów projekt uchwały ustala niekiedy różne zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. Przykładowo, ze względu na funkcję, specyfikę i charakter terenów stacji paliw (kierowca podejmuje decyzje z wnętrza pojazdu) zostały dla nich dopuszczone większe gabaryty szyldów w formie wolnostojącej. Projekt uchwały nie godzi w istotę prawa własności. Ustawa o p.i.z.p. nie przewiduje „trybu odszkodowawczego” za usunięte reklamy. Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Uchwała krajobrazowa dotyczy całego obszaru gminy, z wyłączeniem jedynie terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu (por. art. 37a ust. 5 ustawy o p.i.z.p.). Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			poniesionych kosztów i utraconych zysków. Czy są na to przewidziane srodki ? . Czy wladze Miasta Zakopane przygotowane są na pozwy o odszkodowania Nadto składam wniosek wyłączenie spod planowanej uchwały krajobrazowej następujących działek : (...) Z uwagi na nie przedstawianie walorów krajobrazowych nie ma podstaw do oejmowania wskazanych nieruchomości restrykcjami uchwały krajobrazowej”			
UWAGI ZGŁOSZONE DO PROJEKTU UCHWAŁY WYŁOŻONEGO PO RAZ PIĄTY DO PUBLICZNEGO WGLĄDU (wyłożenie w dniach od 27 marca 2026 r. do 16 kwietnia 2026 r., wnoszenie uwag do dnia 30 kwietnia 2026 r.)						
86.	30.04.2026.	„Harenda-Wyciągi” Sp. z o.o.	(...) wyjaśniamy, że: • uzupełnienia/zmiany, które SPÓŁKA postuluje do wprowadzenia zostały oznaczone poprzez podkreślenie tekstu, • zapisy, których usunięcie proponuje SPÓŁKA - zostały oznaczone poprzez ~~przekreślenie tekstu~~, • wyjaśnienia SPÓŁKA do proponowanych zmian są zapisane *kursywą*. **UWAGI SPÓŁKI** **W ZAKRESIE DZIAŁU I - PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2 -** zmiany w definicjach oraz dodanie jednej definicji: 26) **sezonie narciarskim** – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 1 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 10 maja następnego roku kalendarzowego – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: proponowana zmiana podyktowana jest tym, iż niejednokrotnie sezon na ośrodkach narciarskich zaczyna się wcześniej i kończy później niż proponowany w uchwale 15 grudnia i 15 kwietnia.* 29) **terenie dostępnym publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku, pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego, lub będącą zorganizowanym terenem narciarskim albo terenem związanym z funkcjonującą osobową koleją linową; - *Wyjaśnienie SPÓŁKI: tereny stacji turystyczno – narciarskich to jedne z najbardziej rozpoznawalnych ogólnodostępnych przestrzeni na terenie Miasta Zakopane i powinny być traktowane na równi z pozostałymi terenami dostępnymi dla ogółu* 39) **znaczącym obiekcie sportowym** – należy przez to rozumieć: stadion o pojemności min. 250 widzów, halę sportową o powierzchni min. 500 m^2, salę gimnastyczną o powierzchni min. 400 m^2, basen	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 86 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. Projekt uchwały zawiera definicje w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Definicje sezonu narciarskiego funkcjonujące w innych dokumentach przyjętych w Zakopanem, często ustalają jego koniec na koniec kalendarzowej zimy lub koniec marca. Dłuższy sezon narciarski w rozumieniu przepisów uchwały

			pływacki o długości min. 25 m, kort tenisowy o powierzchni min. 200 m^2, skocznię narciarską o rozmiarze (HS) min. 50 m, lodowisko o długości tafli min. 60 m, tor łyżwiarski owalny o obwodzie min. 400 m, ~~lub~~ ścianę wspinaczkową o powierzchni ściany min. 250 m^2; osobową kolej linową (bez względu na przepustowość) wraz z infrastrukturą, wyciąg lub przenośnik wraz z ich infrastrukturą o przepustowości co najmniej 500 os/h. - *Wyjaśnienie SPÓŁKI: konieczne jest uzupełnienie definicji znaczącego obiektu sportowego o koleje osobowe oraz wyciągi, gdyż zgodnie z definicją ustawową nie mieszczą się one w pojęciu „zorganizowanych terenów narciarskich" (...). A bez wątpienia zwłaszcza koleje linowe są istotnymi obiektami sportowymi, zwłaszcza w porównaniu np. z kortami tenisowymi czy ściankami wspinaczkowymi i powinny ich dotyczyć takie same preferencje odnośnie reklam.* *Dodanie definicji:* 41) **tablicy informacji kierunkowej** – należy przez to rozumieć tablicę, której głównym celem jest określenie lokalizacji obiektów związanych z obsługą klientów na danym obszarze (np. kierunkowskazy i oznaczenia lokalizacyjne kas; toalet; restauracji itd.) – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: należy odróżnić pojęcia „kierunkowskazu reklamowego" (którego główną rolą jest reklama) od „tablicy informacji kierunkowej" (której główną rolą jest informacja) - pozwoli to uniknąć nieporozumień w jaki sposób traktować tabliczki kierunkowe lokalizowane w obszarze danego ośrodka np. w którym znajduje się kilka restauracji; wyciąg narciarski; toalety; zjeżdżalnia grawitacyjna; kasy; sklepik z pamiątkami i konieczna jest odpowiednia organizacja komunikacji kierunkowej. Nie jest to to samo co w pkt 11) kierunkowskaz reklamowy (który w domyśle może być lokalizowany na terenie całego Miasta) ponieważ głównym zadaniem jest łatwa identyfikacja obiektów użytkowych w danym ośrodku i może być lokalizowana tylko w najbliższej lokalizacji danych obiektów. W celu ograniczenia możliwości nadużywania takiej interpretacji proponujemy ewentualne ograniczenie maksymalnych powierzchni ekspozycji informacji kierunkowej do np. 0,25 m^2* **W ZAKRESIE DZIAŁU II - PRZEPISY SZCZEGÓŁOWE** **Rozdział I TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE** **Oddział I** **Przepisy dotyczące wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, tj. stanowiących szyldy i niestanowiących szyldów** **Zmiany w § 4:**			nie mieści się w koncepcji wprowadzenia jego definicji do projektu uchwały. Rozszerzenie definicji terenu dostępnego publicznie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie i tereny związane z kolejami linowymi stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Koleje linowe, wyciągi i przenośniki nie mieszczą się w definicji znaczącego obiektu sportowego, użytej w projekcie uchwały. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Treści multimedialne na urządzeniach automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Sytuowanie t.r.i.u.r. o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1 m^2 jest dopuszczone na urządzeniach automatycznych. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe lub elementy zabezpieczające zawierały treści reklamowe. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów; również zgodnie z art. 17a ust. 5 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, opłaty reklamowej nie pobiera się jeżeli tablice lub urządzenia reklamowe nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały

			Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale. Przepisów Rozdziału I – oddział II i III – nie stosuje się do reklam sytuowanych: 1) na urządzeniu automatycznym w formie treści multimedialnej o powierzchni do 1 m^2 , - *Wyjaśnienie SPÓŁKI: mamy na myśli możliwość wykorzystania do prezentowania treści reklamowych ograniczonych powierzchni multimedialnych urządzeń automatycznych* 2) na elementach dekoracji okolicznościowych, o ile będą ograniczone do treści reklamowych do pow. do 0,25 m^2 wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji 3) wewnątrz budynków i pojazdów, 4) na elementach zabezpieczających takich jak siatki, fladry, materace – logotypów i oznaczeń zarządcy zorganizowanego terenu narciarskiego, 5) tablic informacji kierunkowych - *Wyjaśnienie SPÓŁKI: ilość tablic informacji kierunkowych musi być większa niż ograniczenia wskazane w oddziałach II i III, np. stacje górne i dolne muszą mieć więcej kierunkowskazów sterujących ruchem np. do zjeżdżalni, restauracji, toalet. Ich celem nie jest reklama, ale kierowanie ruchem turystów, stąd zasadne jest w ogóle wyłączenie ich spod regulacji oddziałów II i III.* **Zmiany § 5 ust. 1:** 1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych: 1) ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach) na maks. ~~20%~~ 40% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. ~~20%~~ 40% powierzchni każdej witryny; 2) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego; 3) nakazuje się sytuowanie w sposób niezasłaniający: a) otworów okiennych i wejściowych, z wyłączeniem tablic i urządzeń dopuszczonych w witrynach, b) detalu architektonicznego, z wyłączeniem szyldów w formie ażurowej na boniowaniu, c) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia, d) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków), e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;			krajobrazowej. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na elewacjach w strefie parteru i w witrynach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zachowanie odległości t.r.i.u.r. od krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego elewacji obiektów budowlanych. Nakaz sytuowania t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i ochronę odbioru wizualnego wymienionych obiektów. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych

			4) nakazuje się zachowanie odległości od: a) krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. ~~10~~ 5 cm, b) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 5 m, c) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – min. 1 m; 5) dla sytuowanych płasko – nakazuje się nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane, tzn. skrajne elementy tablicy lub urządzenia nie mogą wykraczać poza element obiektu lub urządzenia, na którym są sytuowane; 6) dla sytuowanych płasko na ścianie – dopuszcza się dystansowanie tylnej powierzchni tablicy lub urządzenia od zewnętrznej powierzchni ściany na maks. 10 cm. **Zmiany § 5 ust. 2:** 2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w formie wolnostojącej, nakazuje się: 4) sytuowanie w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich. – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: taki dopisek był w poprzedniej wersji uchwały krajobrazowej i był on uzasadniony (nie należy z niego rezygnować), zwłaszcza w kontekście bardzo nieprecyzyjnego i ocennego zwrotu „zasłaniania panoram”).* **Zmiany § 5 ust. 3 pkt 2:** 3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: 2) na pojazdach samochodowych, przyczepach, naczepach, lawetach, kolejkach turystycznych, rowerach i wózkach rowerowych, z wyjątkiem tablic reklamowych namalowanych lub naklejonych na fabrycznych konstrukcjach pojazdów samochodowych zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych, stanowiących integralny element oznakowania pojazdu, nieoświetlonych od wewnątrz lub zewnątrz, jak również na elementach, w tym pojazdach i urządzeniach wyciągowych lub/i infrastrukturze funkcjonujących osobowych kolei linowych, wyciągów i przenośników, do których nie stosuje się przepisów oddziału II i oddziału III; - *Wyjaśnienie SPÓŁKI: osobowych kolei i wyciągów jest niewiele na terenie Zakopanego i to nie one są powodem braku ładu w zakresie reklam. Stąd zasadne jest ogólne wyłączenie, a nie szczegółowe regulacje w dalszej treści uchwały. Uprości to też samą konstrukcję uchwały.*			wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak poszerzenie możliwości ich sytuowania, w tym dopuszczonych form t.r.i.u.r., byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Dopuszczenie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby obiekty małej architektury lub dekoracje okolicznościowe (świąteczne) zawierały treści reklamowe. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym

			Zmiany § 5 ust. 4: 4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w następujących formach: 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich oraz reklam na zorganizowanych terenach narciarskich; 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem: a) rozkładów jazdy, b) cenników, c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych, d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych oraz oferowanych przez zarządcę obiektu produktach i usługach, na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej – ~~napowietrznej wagonowej lub linowo terenowej wagonowej~~, w tym linowo - terenowej, e) maks. dwóch urządzeń reklamowych stanowiących reklamy okolicznościowe na terenie wydarzeń miejskich, na terenie zajętym pod organizację danego wydarzenia miejskiego, f) maks. dwóch urządzeń reklamowych na zorganizowanym terenie narciarskim. **Dodanie w § 5 ust. 5 i 6:** 5. Dopuszcza się stosowanie urządzeń reklamowych wykorzystujących nowoczesne technologie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach budynków lub budowli, przy następujących ograniczeniach: a) urządzenia tego typu będą funkcjonować w godzinach 6:00 – 22:00, b) treści o charakterze promocyjnym na tego typu urządzeniach będą emitowane przez maksymalnie 15 minut w każdej pełne godzinie. W pozostałym czasie na instalacji emitowane będą treści edukacyjne związane z kulturą, przyrodą i historią Podhala. c) powierzchnia tego typu urządzeń będzie wynosić maksymalnie 50% powierzchni elewacji 6. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach małej architektury i obiektów dekoracji okolicznościowych (świątecznych): 1) na jednym obiekcie maks. jedna tablica lub urządzenie; 2) płasko na obiekcie, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia; 3) gabaryty: a) szerokość: maks. 2 m b) wysokość: maks. 1,5 m c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,3 m^2			zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Nawet, jeśli dany obiekt zlokalizowany jest na zorganizowanym terenie narciarskim lub stanowi budynek stacji, ochrona konserwatorska i ochrona parków kulturowych jest najważniejsza. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, w tym ich

			Oddział II **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, stanowiące szyldy** **Zmiany § 6 ust. 1:** 1. Dopuszcza się sytuowanie łącznie maks. ~~dwóch~~ pięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność ~~na danej nieruchomości~~ na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego. – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: Należy podkreślić, że „nieruchomość" to w świetle art. 46 Kodeksu cywilnego część powierzchni ziemskiej stanowiąca odrębny przedmiot własności (grunt), budynki trwale z gruntem związane lub ich części, jeżeli na mocy szczególnych przepisów stanowią odrębny przedmiot własności. W pojęciu „nieruchomości" mieści się zatem i 2 arowa działka objęta jedną księgą wieczystą, jak i 10 ha działka zabudowana wieloma budynkami, jeśli jest objęta jedną księgą wieczystą. Obrazuje to jak nieprecyzyjne, nieproporcjonalne i przypadkowe jest posłużenie się pojęciem „danej (tj. jednej) nieruchomość" w tym przepisie. Z uwagi na legalną definicję nieruchomości (jedna nieruchomość obejmuje wszystkie działki, które znajdują się w jednej księdze wieczystej), brak sprecyzowania powierzchni w odniesieniu do nieruchomości (tak jak to zaproponowała SPÓŁKA) doprowadzi do skrajnie nierównego traktowania adresatów uchwały. Przykładowo, jeśli jeden teren narciarski jest podzielony na wiele małych nieruchomości, to będzie miał do dyspozycji znacznie większą powierzchnię ekspozycji niż dużo większa od niego stacja narciarska, ale posiadająca większość działek w jednej księdze wieczystej.* **Zmiany § 7 ust. 6, 7 i 8:** 6. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na ogrodzeniach – przy ograniczeniu ich liczby do maks. jednego szyldu ~~na jednym ogrodzeniu~~ na każde rozpoczęte 100 metrów bieżących jednego ogrodzenia: 1) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, przy każdym wejściu na nieruchomość: a) gabaryty: − szerokość maks. 2 m, − wysokość maks. 1,5 m, − grubość (głębokość) maks. 10 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2, b) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na ogrodzeniach budynków użyteczności publicznej, ~~oraz~~ na ogrodzeniach znaczących obiektów sportowych oraz na ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich: − szerokość maks. 3 m, − wysokość maks. 1 m, − grubość (głębokość) maks. 10 cm,			większej liczby, na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, w tym ich większych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania kierunkowskazów reklamowych, w tym ich większych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wydłużenie czasu sytuowania reklam okolicznościowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy

			− powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2; 7. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych: 1) płasko na pojeździe; 2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. ~~2~~ 4 m^2 na wagonie. 8. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na urządzeniach automatycznych: 1) płasko na urządzeniu; 2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2, 3) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi. **Zmiany § 7 ust. 10 pkt 2):** 10. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **w formie wolnostojącej**: 2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych: a) ~~na jednej nieruchomości~~ maks. jeden szyld tego rodzaju na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego; b) jednostronny lub wielostronny, c) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, − wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, − grubość (głębokość) maks. 1,5 m, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 6 m^2 łącznie. **Oddział III** **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów** **Zmiany § 8 ust. 1:** 1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów: 1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na			prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale. Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Przepisów rozdziału dotyczącego ogrodzeń nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi, tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych. Elementy zabezpieczające niestanowiące ogrodzeń (jak materace) nie stanowią przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania tymczasowych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania ogrodzeń, w tym sytuowania trwałych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, w ciągu całego roku, czy ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo,

			zorganizowanych terenach narciarskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych 3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, reklam na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych; tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą, oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych *– Wyjaśnienie SPÓŁKI: zarówno część ośrodków narciarskich znajduje się na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej w związku z czym konieczne jest dodanie opisanych powyżej wyjątków. Należy ponadto wyjaśnić, że obecnie żadna z osobowych kolei linowych w Zakopanem nie jest środkiem komunikacji publicznego transportu zbiorowego a w odniesieniu do budynków kolei linowych ustawy i rozporządzenia używają pojęcia „stacja" a nie „dworzec".* **Zmiany § 9 ust. 1 pkt 2 - 4:** 1. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**: 2) na tymczasowych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego oraz na trwałych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich: a) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, b) gabaryty: − szerokość maks. 4 m, − wysokość maks. 1 m, − grubość (głębokość) maks. 5 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2, c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju ~~na wszystkich ogrodzeniach~~ na każde rozpoczęte 100 metrów bieżących jednego			jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Rozszerzenie rodzajów wyjątków od obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Pomimo wyroku Trybunału Konstytucyjnego, delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od

			ogrodzenia na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 4 m^2; 3) na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych: a) płasko na pojeździe, b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. ~~2~~ 4 m^2 na wagonie; 4) na urządzeniach automatycznych: a) płasko na urządzeniu, b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2, c) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi **Zmiany § 9 ust. 3:** 3. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **w formie wolnostojącej**: na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego: 1) jednostronne lub wielostronne; 2) gabaryty: a) szerokość maks. ~~3~~ 4 m, b) wysokość maks. ~~3~~ 4,5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. ~~3~~ 7 m^2 po każdej stronie i maks. ~~6~~ 14 m^2 łącznie; 3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej nieruchomości lub na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 12 m^2 na każde 2000 m2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego. – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: w przypadku tablic i urządzeń reklamowych wolnostojących np. przy obiektach sportowych wskazane wymiary są zbyt małe w odniesieniu do potrzeb i dopuszczenie większych tablic i urządzeń w sąsiedztwie tak dużych obiektów jak znaczący obiekt sportowy lub zorganizowane tereny narciarskie nie spowoduje zbyt dużej ingerencji z krajobraz. Ponadto, z uwagi na powszechnie przyjętą definicję nieruchomości (jedna nieruchomość obejmuje wszystkie działki, które znajdują się w jednej księdze wieczystej), to brak sprecyzowania powierzchni w odniesieniu do nieruchomości (tak jak to zaproponowała SPÓŁKA) doprowadzi do skrajnie nierównego traktowania adresatów uchwały. Przykładowo, jeśli jeden teren*			dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			narciarski jest podzielony na wiele małych nieruchomości, to będzie miał do dyspozycji znacznie większą powierzchnię ekspozycji reklamy niż dużo większa od niego stacja narciarska, ale posiadająca większość działek w jednej księdze wieczystej. **Zmiany § 9 ust. 4:** 1. Dopuszcza się sytuowanie następujących **kierunkowskazów reklamowych** – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch kierunkowskazów dla jednego obiektu lub terenu: 1) płasko na ścianie w strefie parteru, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 2 m, c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym budynku: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2; 2) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 1,5 m, c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym ogrodzeniu: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2; 3) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 3 m, c) grubość (głębokość) maks. 20 cm,			

			d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2 po każdej stronie, − dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 po każdej stronie, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu po każdej stronie, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej na jednej nieruchomości: − maks. 0,6 m^2 dla jednostronnych i maks. 1,2 m^2 dla dwustronnych, − dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 dla jednostronnych i maks. 6 m^2 dla dwustronnych. **Zmiany § 9 ust. 5 i 6:** 5. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do ~~14~~ 21 dni przed jego rozpoczęciem i do ~~3~~ 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż ~~60~~ 90 dni w ciągu roku kalendarzowego: (...) 6. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do ~~4~~ 7 dni przed jego rozpoczęciem i do ~~3~~ 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż ~~60~~ 90 dni w ciągu roku kalendarzowego: (...) **Rozdział II** **OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY** **Zmiany § 11:** Dopuszcza się następującą wysokość obiektów małej architektury: 1) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – maks. 6 m; 2) pozostałych – maks. 4 m, 3) masztów flagowych – maks. 8 m **Zmiany § 12 ust. 3:** 3. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane obiekty małej architektury: 1) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne; 2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe,			

			poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika (w tym cegła), materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne; – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np. laminaty HPL; dibond* 3) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu i ciemnej zieleni; 4) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki; 5) dla obiektów małej architektury określonych w § 11 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3. **Rozdział III** **OGRODZENIA** **Zmiany § 14 ust. 1, 2 i 3:** 1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia następujących terenów: 1) terenów zabudowy: mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej i techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów), ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego; 2) nieruchomości zabudowanych budynkiem: mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, składowym lub magazynowym, zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego; 3) składowisk odpadów komunalnych; 4) oczyszczalni ścieków komunalnych; 5) cmentarzy komunalnych i wyznaniowych; 6) rodzinnych ogrodów działkowych, w rozumieniu ustawy z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych (tekst jedn. Dz. U. z 2021 r. poz. 1073); 7) znaczących obiektów sportowych; 8) zlokalizowanych na terenach dostępnych publicznie: placów zabaw, ogródków jordanowskich, siłowni plenerowych i wybiegów dla psów; 9) zorganizowanych terenów narciarskich, w zakresie ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa o charakterze trwałym (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące) – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: bardzo często ogrodzenia terenów narciarskich musza być ogrodzeniami trwałymi, dotyczy to zwłaszcza ogrodzeń służących do zabezpieczania niebezpiecznych miejsc siatkami i materacami które*			

			są montowane w sposób trwały np. na fundamentach. Ma to znaczący wpływ na bezpieczną eksploatację takich obiektów. 2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb: 1) grodzenia terenów robót budowlanych – na czas wykonywania robót budowlanych; 2) koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego; 3) grodzenia upraw leśnych na terenach lasów publicznych; 4) organizacji i bezpieczeństwa ruchu turystycznego i narciarskiego oraz ochrony przed dzikimi zwierzętami – na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego; 5) grodzenia terenów targowisk – na czas trwania targowiska oraz dodatkowo do 2 dni przed jego rozpoczęciem i do 2 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 7 dni łącznie; 6) organizacji wydarzeń miejskich – na czas trwania wydarzenia oraz dodatkowo do 3 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 14 dni łącznie; 7) organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich – w trakcie sezonu narciarskiego lub w okresie funkcjonowania wyciągu lub przenośnika na danym terenie; 8) organizacji ogródków gastronomicznych – w trakcie sezonu letniego. 3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń: 1) określonych w ust. 1 pkt 7 stanowiących piłkochwyty – maks. 6 m; 2) określonych w ust. 1 pkt 1 dla terenów zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, w ust. 1 pkt 2 dla budynków mieszkalnych wielorodzinnych oraz w ust. 2 pkt 2, 5 ~~i 7~~ – maks. 1,2 m; 3) określonych w ust. 2 pkt 8 – maks. 0,9 m; 4) pozostałych – maks. 2,2 m. 5) ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych – max. 5 m. **Zmiany § 15 ust. 4 pkt 2, 6, 7, 11:** 4. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia: 2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu, materiały kompozytowe – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np laminaty HPL; dibond.* 6) dopuszcza się stosowanie tworzyw sztucznych – wyłącznie dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 4, 6 i 7;			

			7) dopuszcza się stosowanie fladr – wyłącznie dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 1-7; 11) dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz § 14 ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr, dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki. **Dział III** **Przepisy dostosowujące** **Zmiany § 17** Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem: 1) obiektów małej architektury: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych, ~~lub~~ skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub lokalizowanych poza miejscami publicznymi – *Wyjaśnienia SPÓŁKI: zgodnie z obowiązującym prawem budowlanym obiekty małej architektury poza miejscami publicznymi mogą być realizowane bez zgłoszeń lub innych decyzji administracyjnych, tj. w przypadku barku zmiany komentowanego przepisu, to pomimo że zostały wzniesione legalnie, będą wymagały dostosowania* b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub w wydanych ostatecznych decyzjach o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, c) objętych ochroną konserwatorską, d) kultu religijnego, e) posągów, fontann, wodotrysków, f) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale; 2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych ~~– dla których termin dostosowania wynosi 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały~~; – *Wyjaśnienie SPÓŁKI: zgodnie z wyrokiem NSA z dnia 24 kwietnia 2024 r., sygn. II OSK 1825/19 nakaz dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, bez zapewnienia mechanizmu kompensacyjnego,*			

			jest niezgodny z przepisami Konstytucji RP. Takie przepisy naruszają prawa nabyte oraz zasadę zaufania obywateli do państwa i jego prawa. Podobnie wskazał NSA w wyroku z 19 grudnia 2024 r., II OSK 631/23: „W świetle stwierdzonej niekonstytucyjności art. 37a ust. 9 u.p.z.p. zgodzić się należy, że wprowadzenie w uchwale krajobrazowej regulacji, nakazującej dostosowanie zrealizowanych legalnie, gdyż na podstawie zgody budowlanej przed dniem jej wejścia w życie tablic lub urządzeń reklamowych, bez jakiegokolwiek mechanizmu kompensacyjnego (regulacji ochronnych), jest niezgodne z prawem." 3) ogrodzeń: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub w wydanych ostatecznych decyzjach o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, c) objętych ochroną konserwatorską – dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.			
87.	30.04.2026.	Polskie Koleje Linowe S.A.	(...) wyjaśniamy, że: • uzupełnienia/zmiany, które PKL postuluje do wprowadzenia zostały oznaczone poprzez podkreślenie tekstu, • zapisy, których usunięcie proponuje PKL - zostały oznaczone poprzez ~~przekreślenie tekstu~~, • wyjaśnienia PKL do proponowanych zmian są zapisane *kursywą*. **UWAGI PKL** **W ZAKRESIE DZIAŁU I - PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2 -** zmiany w definicjach oraz dodanie jednej definicji: 26) **sezonie narciarskim** – należy przez to rozumieć okres czasu od dnia 1 grudnia danego roku kalendarzowego do dnia 10 maja następnego roku kalendarzowego – *Wyjaśnienie PKL: proponowana zmiana podyktowana jest tym, iż niejednokrotnie sezon na ośrodkach narciarskich zaczyna się wcześniej i kończy później niż proponowany w uchwale 15 grudnia i 15 kwietnia np. na Kasprowym Wierchu sezon narciarski trwa do weekendu majowego (w najbardziej skrajnym przypadku nawet do 10 maja).* 29) **terenie dostępnym publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku, pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego, lub będącą zorganizowanym terenem narciarskim albo terenem związanym z funkcjonującą osobową koleją linową; – *Wyjaśnienie PKL: tereny stacji turystyczno – narciarskich to jedne z*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 87 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. Projekt uchwały zawiera definicje w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu przepisów uchwały krajobrazowej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu

			najbardziej rozpoznawalnych ogólnodostępnych przestrzeni na terenie Miasta Zakopane i powinny być traktowane na równi z pozostałymi terenami dostępnymi dla ogółu 39) **znaczącym obiekcie sportowym** – należy przez to rozumieć: stadion o pojemności min. 250 widzów, halę sportową o powierzchni min. 500 m^2, salę gimnastyczną o powierzchni min. 400 m^2, basen pływacki o długości min. 25 m, kort tenisowy o powierzchni min. 200 m^2, skocznię narciarską o rozmiarze (HS) min. 50 m, lodowisko o długości tafli min. 60 m, tor łyżwiarski owalny o obwodzie min. 400 m, ~~lub~~ ścianę wspinaczkową o powierzchni ściany min. 250 m^2; osobową kolej linową (bez względu na przepustowość) wraz z infrastrukturą, wyciąg lub przenośnik wraz z ich infrastrukturą o przepustowości co najmniej 500 os/h. – *Wyjaśnienie PKL: konieczne jest uzupełnienie definicji znaczącego obiektu sportowego o koleje osobowe oraz wyciągi, gdyż zgodnie z definicją ustawową nie mieszczą się one w pojęciu „zorganizowanych terenów narciarskich" (...). A bez wątpienia zwłaszcza koleje linowe są istotnymi obiektami sportowymi, zwłaszcza w porównaniu np. z kortami tenisowymi czy ściankami wspinaczkowymi i powinny ich dotyczyć takie same preferencje odnośnie reklam.* *Dodanie definicji:* 41) **tablicy informacji kierunkowej** – należy przez to rozumieć tablicę, której głównym celem jest określenie lokalizacji obiektów związanych z obsługą klientów na danym obszarze (np. kierunkowskazy i oznaczenia lokalizacyjne kas; toalet; restauracji itd.) – *Wyjaśnienie PKL: należy odróżnić pojęcia „kierunkowskazu reklamowego" (którego główną rolą jest reklama) od „tablicy informacji kierunkowej" (której główną rolą jest informacja) - pozwoli to uniknąć nieporozumień w jaki sposób traktować tabliczki kierunkowe lokalizowane w obszarze danego ośrodka np. w obszarze Górnej Stacji KLT Gubałówka znajduje się kilka restauracji; wyciąg narciarski; toalety; zjeżdżalnia grawitacyjna; kasy; sklepik z pamiątkami i konieczna jest odpowiednia organizacja komunikacji kierunkowej. Nie jest to to samo co w pkt 11) kierunkowskaz reklamowy (który w domyśle może być lokalizowany na terenie całego Miasta) ponieważ głównym zadaniem jest łatwa identyfikacja obiektów użytkowych w danym ośrodku i może być lokalizowana tylko w najbliższej lokalizacji danych obiektów. W celu ograniczenia możliwości nadużywania takiej interpretacji proponujemy ewentualne ograniczenie maksymalnych powierzchni ekspozycji informacji kierunkowej do np. 0,25 m^2* **W ZAKRESIE DZIAŁU II - PRZEPISY SZCZEGÓŁOWE** **Rozdział I TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE**		przestrzennego. Definicje sezonu narciarskiego funkcjonujące w innych dokumentach przyjętych w Zakopanem, często ustalają jego koniec na koniec kalendarzowej zimy lub koniec marca. Dłuższy sezon narciarski w rozumieniu przepisów uchwały nie mieści się w koncepcji wprowadzenia jego definicji do projektu uchwały. Rozszerzenie definicji terenu dostępnego publicznie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie i tereny związane z kolejami linowymi stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Koleje linowe, wyciągi i przenośniki nie mieszczą się w definicji znaczącego obiektu sportowego, użytej w projekcie uchwały. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Treści multimedialne na urządzeniach automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Sytuowanie t.r.i.u.r. o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1 m^2 jest dopuszczone na urządzeniach automatycznych. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe lub elementy zabezpieczające zawierały treści reklamowe. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów; również zgodnie z art. 17a ust. 5 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, opłaty reklamowej nie pobiera się jeżeli tablice lub

			Oddział I **Przepisy dotyczące wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, tj. stanowiących szyldy i niestanowiących szyldów** **Zmiany w § 4:** Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach ustalonych w niniejszym rozdziale. Przepisów Rozdziału I – oddział II i III – nie stosuje się do: 1) reklam sytuowanych na urządzeniu automatycznym w formie treści multimedialnej o powierzchni do 1 m^2 – *Wyjaśnienie PKL: mamy na myśli możliwość wykorzystania do prezentowania treści reklamowych ograniczonych powierzchni multimedialnych urządzeń automatycznych* 2) reklam sytuowanych na elementach dekoracji okolicznościowych, o ile będą ograniczone do treści reklamowych do pow. do 0,25 m2 wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji, – *Wyjaśnienie PKL: mamy na myśli np. organizowany od kilku lat w obszarze górnej stacji KLT Gubałówka Kraina Światła; na znacznej ilości ozdób znajdują się logotypy; hashtagi, które są spójne z dekoracją a mogły by być traktowane jako treści reklamowe* 3) reklam sytuowanych wewnątrz budynków i pojazdów, 4) reklam sytuowanych na elementach zabezpieczających takich jak siatki, fladry, materace – logotypów i oznaczeń zarządcy zorganizowanego terenu narciarskiego, 5) tablic informacji kierunkowych – *Wyjaśnienie PKL: ilość tablic informacji kierunkowych musi być większa niż ograniczenia wskazane w oddziałach II i III, np. stacja górna Gubałówki mieć więcej kierunkowskazów sterujących ruchem np. do zjeżdżalni, restauracji, toalet. Ich celem nie jest reklama, ale kierowanie ruchem turystów, stąd zasadne jest w ogóle wyłączenie ich spod regulacji oddziałów II i III.* 6) wystaw okolicznościowych typu kraina światła – *Wyjaśnienie PKL: PKL co roku organizuje na Gubałówce trwającą ok. 120 dni wystawę okolicznościową „Kraina Światła", popularną wśród turystów i budującą pozytywny, zimowy wizerunek Zakopanego. W ramach wystawy wykorzystywane są iluminowane instalacje przestrzenne, w tym napisy oraz elementy tekstowe i hasztagi (np. „Gubałówka", „Kraina Światła", oznaczenia ekspozycji), które mogą zostać odebrane jako szyldy w rozumieniu uchwały. Ich skala i forma – wynikające z charakteru wystawy – przekraczają parametry przewidziane dla standardowych szyldów. Jednocześnie elementy te mają charakter tymczasowy, dekoracyjno-ekspozycyjny i funkcjonalnie mogą odpowiadać elementom małej architektury. Zastosowanie dla tych elementów limitów wysokości i szerokości*			urządzenia reklamowe nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Wystawy okolicznościowe niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Lokalizacja wystaw okolicznościowych niestanowiących t.r.i.u.r. nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na elewacjach w strefie parteru i w witrynach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zachowanie odległości t.r.i.u.r. od krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego elewacji obiektów budowlanych. Nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane t.r.i.u.r., ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego obiektów i urządzeń. Nakaz zachowania odległości t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej od wymienionych obiektów, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i ochronę odbioru wizualnego tych obiektów.

			może w praktyce uniemożliwić realizację wystawy, dlatego zasadne jest dopuszczenie elastycznej kwalifikacji elementów wystaw okolicznościowych, bez stosowania rygorów właściwych dla reklamy i szyldów. **Zmiany § 5 ust. 1:** 1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych: 1) ustala się łączną dopuszczalną powierzchnię ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach) na maks. ~~20%~~ 40% powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. ~~20%~~ 40% powierzchni każdej witryny; 2) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych zrealizowanych legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego; 3) nakazuje się sytuowanie w sposób niezasłaniający: a) otworów okiennych i wejściowych, z wyłączeniem tablic i urządzeń dopuszczonych w witrynach, b) detalu architektonicznego, z wyłączeniem szyldów w formie ażurowej na boniowaniu, c) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia, d) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków), e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych; 4) nakazuje się zachowanie odległości od: a) krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego – min. ~~10~~ 5 cm, b) nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 5 m, c) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – min. 1 m; 5) dla sytuowanych płasko – nakazuje się nieprzekraczanie szerokości i wysokości elementów obiektów i urządzeń, na których są sytuowane, tzn. skrajne elementy tablicy lub urządzenia nie mogą wykraczać poza element obiektu lub urządzenia, na którym są sytuowane, z wyłączeniem budynków stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), wyciągu lub przenośnika oraz budynków zjeżdżalni grawitacyjnej; *Wyjaśnienie PKL: chodzi o szyldy, które w przypadku budynków stacyjnych urządzeń transportu linowego sytuowane są na budynkach, w szczególności szyld „Gubałówka" usytuowany na budynku dolnej stacji KLT Gubałówka, który jest przeskalowaną kopią historycznego napisu ze starego budynku*			Natomiast wystawy okolicznościowe niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Lokalizacja wystaw okolicznościowych niestanowiących t.r.i.u.r. nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Nakaz sytuowania t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i ochronę odbioru wizualnego wymienionych obiektów. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak poszerzenie możliwości ich sytuowania, w tym dopuszczonych form t.r.i.u.r., byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Dopuszczenie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie

			Stacyjnego KL-T Gubałówka który został wyburzony i zastąpiony nowym budynkiem w roku 1996. 6) dla sytuowanych płasko na ścianie – dopuszcza się dystansowanie tylnej powierzchni tablicy lub urządzenia od zewnętrznej powierzchni ściany na maks. 10 cm. **Zmiany § 5 ust. 2:** 2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w formie wolnostojącej, nakazuje się: 1) zachowanie odległości od: a) obiektów budowlanych oraz urządzeń budowlanych i technicznych – min. 2 m, b) brzegów cieków wodnych – min. 5 m, c) pomników i innych obiektów lub nośników trwale upamiętniających osoby, instytucje lub wydarzenia – min. 10 m, d) nośników informacyjnych (w tym tablic i znaków) w formie wolnostojącej – min. 5m, e) innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej – min. 50 m, z wyłączeniem wystaw okolicznościowych typu kraina światła; - *Wyjaśnienie PKL: elementy wystawy okolicznościowej Kraina Światła są umieszczone blisko siebie; na pewno nie stoją w odległościach min. 50 metrów a z racji tego że mają również logotyp; hashtag mogą być kwalifikowane jako wolnostojące urządzenia reklamowe.* 4) sytuowanie w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich. – *Wyjaśnienie PKL: taki dopisek był w poprzedniej wersji uchwały krajobrazowej i był on uzasadniony (nie należy z niego rezygnować), zwłaszcza w kontekście bardzo nieprecyzyjnego i ocennego zwrotu „zasłaniania panoram").* **Zmiany § 5 ust. 3 pkt 2:** 3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: 2) na pojazdach samochodowych, przyczepach, naczepach, lawetach, kolejkach turystycznych, rowerach i wózkach rowerowych, z wyjątkiem tablic reklamowych namalowanych lub naklejonych na fabrycznych konstrukcjach pojazdów samochodowych zarejestrowanych i dopuszczonych do ruchu na drogach publicznych, stanowiących integralny element oznakowania pojazdu, nieoświetlonych od wewnątrz lub zewnątrz, jak również na elementach, w tym pojazdach i urządzeniach wyciągowych lub/i infrastrukturze funkcjonujących osobowych kolei linowych, wyciągów i przenośników, do których nie stosuje się przepisów oddziału II i oddziału III; - *Wyjaśnienie PKL: osobowych kolei i*			projekcji na elewacjach lub w witrynach byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby obiekty małej architektury lub dekoracje okolicznościowe (świąteczne) zawierały treści reklamowe. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby wystawy okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Wyłączenie stosowanie przepisów uchwały dla wystaw okolicznościowych w zakresie oświetlenia (zewnętrznego), byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ograniczenie maks. wysokości sytuowania szyldów podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego elewacji obiektów budowlanych. Zwiększenie tej wysokości byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Nie jest intencją projektu uchwały, żeby wystawy okolicznościowe zawierały treści reklamowe. Ograniczenie maks. wysokości sytuowania szyldów podwieszonych pod okapem dachu, ma na celu

			wyciągów jest niewiele na terenie Zakopanego i to nie one są powodem braku ładu w zakresie reklam. Stąd zasadne jest ogólne wyłączenie, a nie szczegółowe regulacje w dalszej treści uchwały. Uprości to też samą konstrukcję uchwały **Zmiany § 5 ust. 4:** 4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w następujących formach: 3) pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich oraz reklam na zorganizowanych terenach narciarskich; *Wyjaśnienie PKL: stosowanie pneumatycznych urządzeń reklamowych całkowicie wpisało się w organizację różnych wydarzeń okolicznościowych; zawodów sportowych (np. Puchar Zakopanego w Narciarstwie Alpejskim; Puchar Świata w Skokach Narciarskich; wyścig Tour de Pologne) więc należy dopuścić możliwość stosowania takich urządzeń reklamowych w ograniczonym zakresie* 4) o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze, z wyjątkiem: a) rozkładów jazdy, b) cenników, c) informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych, d) informacji o warunkach narciarskich, turystycznych i pogodowych oraz oferowanych przez zarządcę obiektu produktach i usługach, na nieruchomościach zabudowanych budynkiem stacji osobowej kolei linowej ~~– napowietrznej wagonowej lub linowo-terenowej wagonowej~~, w tym linowo - terenowej, e) maks. dwóch urządzeń reklamowych stanowiących reklamy okolicznościowe na terenie wydarzeń miejskich, na terenie zajętym pod organizację danego wydarzenia miejskiego, f) maks. dwóch urządzeń reklamowych na zorganizowanym terenie narciarskim. **Dodanie w § 5 ust. 5 i 6:** 5. Dopuszcza się stosowanie urządzeń reklamowych wykorzystujących nowoczesne technologie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach budynków lub budowli, przy następujących ograniczeniach: a) urządzenia tego typu będą funkcjonować w godzinach 6:00 – 22:00, b) treści o charakterze promocyjnym na tego typu urządzeniach będą emitowane przez maksymalnie 15 minut w każdej pełne godzinie. W pozostałym czasie na instalacji emitowane będą treści edukacyjne związane z kulturą, przyrodą i historią Podhala.			zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego elewacji obiektów budowlanych. Zwiększenie tej wysokości byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Zakaz sytuowania szyldów na dachach i zadaszeniach oraz ograniczenie liczby i maks. wysokości sytuowania szyldów, mają na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego obiektów budowlanych. Dopuszczenie sytuowania szyldów na dachach i zadaszeniach, w większej liczbie lub na większej wysokości, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego.

			c) powierzchnia tego typu urządzeń będzie wynosić maksymalnie 50% powierzchni elewacji 6. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach małej architektury i obiektów dekoracji okolicznościowych (świątecznych): 1) na jednym obiekcie maks. jedna tablica lub urządzenie; 2) płasko na obiekcie, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia; 3) gabaryty: a) szerokość: maks. 2 m b) wysokość: maks. 1,5 m c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,3 m^2 **Oddział II** **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, stanowiące szyldy** **Zmiany § 6 ust. 1, 2 i 4:** 1. Dopuszcza się sytuowanie łącznie maks. ~~dwóch~~ pięciu szyldów przez każdy podmiot prowadzący działalność ~~na danej nieruchomości~~ na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego. – *Wyjaśnienie PKL: Należy podkreślić, że „nieruchomość" to w świetle art. 46 Kodeksu cywilnego część powierzchni ziemskiej stanowiąca odrębny przedmiot własności (grunt), budynki trwale z gruntem związane lub ich części, jeżeli na mocy szczególnych przepisów stanowią odrębny przedmiot własności. W pojęciu „nieruchomości" mieści się zatem i 2 arowa działka objęta jedną księgą wieczystą, jak i 10 ha działka zabudowana wieloma budynkami, jeśli jest objęta jedną księgą wieczystą. Obrazuje to jak nieprecyzyjne, nieproporcjonalne i przypadkowe jest posłużenie się pojęciem „danej (tj. jednej) nieruchomość" w tym przepisie. Z uwagi na legalną definicję nieruchomości (jedna nieruchomość obejmuje wszystkie działki, które znajdują się w jednej księdze wieczystej), brak sprecyzowania powierzchni w odniesieniu do nieruchomości (tak jak to zaproponował PKL) doprowadzi do skrajnie nierównego traktowania adresatów uchwały. Przykładowo, jeśli jeden teren narciarski jest podzielony na wiele małych nieruchomości, to będzie miał do dyspozycji znacznie większą powierzchnię ekspozycji niż dużo większa od niego stacja narciarska, ale posiadająca większość działek w jednej księdze wieczystej.* 2. Do limitu ilościowego szyldów, o którym mowa w ust. 1, nie wlicza się szyldów: na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, o których mowa w § 7 ust. 7, na urządzeniach automatycznych, o których mowa w § 7 ust. 8, wystaw okolicznościowych typu kraina światła a także na wyposażeniu ogródków gastronomicznych, o których mowa w § 7 ust. 9. *Wyjaśnienie PKL: Na elementach wystaw okolicznościowych typu*		Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Nawet, jeśli dany obiekt zlokalizowany jest na zorganizowanym terenie narciarskim lub stanowi budynek stacji, ochrona konserwatorska i ochrona parków kulturowych jest najważniejsza. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, w tym ich większej liczby, na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu

			Kraina Światła; na znacznej ilości ozdób znajdują się logotypy; hashtagi, które są spójne z dekoracją a mogły by być traktowane jako treści reklamowe 4. Dopuszcza się zewnętrzne oświetlenie szyldów wyłącznie przy zastosowaniu światła stałego barwy białej, z wyłączeniem wystaw okolicznościowych typu kraina światła. **Zmiany § 7 ust. 1, 2 i 3** 1. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji**: 5) podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną: a) skrajne elementy szyldu: − na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem, − na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem, z wyłączeniem budynków stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), w przypadku których maksymalna wysokość od poziomu terenu pionowo pod szyldem wynosi 13 m, *Wyjaśnienie PKL: W przypadku budynku dolnej stacji KLT Gubałówka, która ma tylko jedną kondygnację szyld jest podwieszony pod okapem dachu, który znajduje się na wysokości ok 13 m.* − w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony, b) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony, − wysokość maks. 0,5 m, − grubość (głębokość) maks. 20 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 1,5 m^2. 2. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **w formie wolnostojącej**: 1) na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw lub restauracja o powierzchni użytkowej min. 250 m^2 umożliwiająca zakup bezpośrednio z samochodu, lub budynek użyteczności publicznej pełniący funkcję handlową o powierzchni sprzedaży min. 1000 m^2: a) na jednej nieruchomości maks. jeden szyld tego rodzaju; b) jednostronny lub wielostronny, c) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, − wysokość maks. 5 m, z wyjątkiem szyldów o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 1 m^2 po jednej stronie i 2 m^2 łącznie, dla których maks. 8 m, − grubość (głębokość) maks. 0,5 m, z wyjątkiem szyldów o wysokości nieprzekraczającej 3 m, dla których maks. 1,5 m,			Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów, w tym ich większych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania kierunkowskazów reklamowych, w tym ich większych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wydłużenie czasu sytuowania reklam okolicznościowych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale. Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby

			− powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 5 m^2 po każdej stronie i maks. 10 m^2 łącznie; 2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych: a) na ~~jednej~~ każde 2000 m^2 nieruchomości maks. jeden szyld tego rodzaju, z wyłączeniem wystaw okolicznościowych typu kraina światła, na których dopuszcza się maks. dziesięć szyldów na daną wystawę; *Wyjaśnienie PKL: istotne tylko w przypadku gdy nie zostanie uwzględniony postulat co do § 6 ust. 2 aby wyłączyć ograniczenie ilościowe dla tego typu wystaw* b) jednostronny lub wielostronny, c) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, − wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, − grubość (głębokość) maks. 1,5 m, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 6 m^2 łącznie. d) gabaryty dla szyldów na wystawach okolicznościowych typu kraina światła: − szerokość maks. 12 m, − wysokość maks. 4 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, − grubość (głębokość) maks. 0,5 m, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 50 m^2 po każdej stronie i maks. 60 m^2 łącznie. 3. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji: 3) płasko na ścianach budynków użyteczności publicznej: a) na jednym budynku maks. dwa szyldy tego rodzaju, b) na jednej ścianie maks. jeden szyld tego rodzaju, c) forma ażurowa, d) gabaryty: − szerokość maks. 10 m, − wysokość maks. 10 m, − grubość (głębokość) maks. 20 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 5 m^2, z wyjątkiem elewacji o wysokości powyżej 12 m, dla których maks. 10 m^2; 4) płasko w przeszkleniach o powierzchni min. 4 m^2 budynków usługowych: a) na jednym budynku maks. jeden szyld tego rodzaju dla każdego lokalu posiadającego takie przeszklenie, b) forma ażurowa, c) gabaryty: − szerokość maks. 2 m, − wysokość maks. 2 m,			pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Wyłączenie stosowanie przepisów uchwały dla wystaw okolicznościowych, w zakresie standardów jakościowych i rodzajów materiałów budowlanych oraz oświetlenia (zewnętrznego), byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Przepisów rozdziału dotyczącego ogrodzeń nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi, tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych. Elementy zabezpieczające niestanowiące ogrodzeń (jak materace) nie stanowią przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania tymczasowych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania ogrodzeń, w tym sytuowania trwałych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, w ciągu całego roku, czy ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. Wydłużenie czasu sytuowania ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb organizacji ogródków gastronomicznych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego.

			− powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2. … 3) Dla dachów o okapie powyżej poziomu parteru dopuszcza się stosowanie szyldów podwieszonych pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną: a) skrajne elementy szyldu: − na wysokości min. 2,2 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem, − na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem, z wyłączeniem budynków restauracji, w przypadku których maksymalna wysokość od poziomu terenu pionowo pod szyldem wynosi 13 m, - *Wyjaśnienie PKL: W przypadku budynku restauracji i browaru Gworno, która ma więcej niż jedną kondygnację szyld jest podwieszony pod okapem dachu, który znajduje się na wysokości ok 13 m.* − w odległości maks. od elewacji nieprzekraczającej odległości krawędzi elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony, b) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, jednak nie więcej niż szerokość elementu architektonicznego, do którego szyld jest podwieszony, − wysokość maks. 0,5 m, − grubość (głębokość) maks. 20 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy: maks. 1,5 m^2. **Zmiany § 7 ust. 5** 5. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych, jak również na budynkach stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), wyciągu lub przenośnika oraz budynkach zjeżdżalni grawitacyjnej – *Wyjaśnienie PKL: chodzi o szyldy, które w przypadku budynków stacyjnych urządzeń transportu linowego sytuowane są na budynkach („na dachu"), w szczególności szyld „Gubałówka" usytuowany na budynku dolnej stacji KLT Gubałówka:* 1) na jednym obiekcie maks. jeden szyld, z wyjątkiem budynków stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), wyciągu lub przenośnika oraz budynków zjeżdżalni grawitacyjnej, dla których dopuszcza się maks. dwa szyldy; 2) płasko na obiekcie; 3) skrajne elementy szyldu na wysokości maks. 5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem, z wyjątkiem budynków stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), wyciągu lub przenośnika oraz budynków zjeżdżalni grawitacyjnej, dla których dopuszcza się wysokości maks.15 m;			W projekcie uchwały przyjęto generalną zasadę stosowania materiałów naturalnych, a nie ich imitacji. Dopuszczenie stosowania imitacji materiałów naturalnych byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Rozszerzenie rodzajów wyjątków od obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Pomimo wyroku Trybunału Konstytucyjnego, delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o p.i.z.p. nie daje podstaw do różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie decyzji administracyjnych lub zgłoszeń robót budowlanych, ani nie daje podstaw do wprowadzania regulacji sankcjonujących dotychczasowe prawa nabyte. Zgodnie z art. 37a ust. 9 ustawy o p.i.z.p. projekt uchwały określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz t.r.i.u.r. do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Zgodnie z art. 37a ust. 10 ustawy o p.i.z.p. uchwała może wskazywać wyłącznie rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, oraz ogrodzeń, dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale, ale nie t.r.i.u.r. Natomiast projekt uchwały dla t.r.i.u.r. zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych zawiera wydłużenie okresu ich dostosowania do zasad i warunków ustalonych uchwałą – do 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, w stosunku do generalnych 12 miesięcy. Transformacja systemowa, która miała miejsce w Polsce po 1989 r. i wynikające z niej przemiany

			4) zakaz sytuowania szyldów na dachach i zadaszeniach, z wyjątkiem szyldów na lambrekinach markiz i parasoli oraz na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów, jak również z wyjątkiem szyldów na dachach i zadaszeniach budynków stacji kolei linowej (w tym linowo – terenowej), wyciągu lub przenośnika oraz budynków zjeżdżalni grawitacyjnej; 5) dopuszczenie podwieszenia szyldu pod krawędzią dachu lub zadaszenia, równolegle do obiektu, przy zachowaniu jego skrajnych elementów na wysokości min. 2,5 m od poziomu terenu pionowo pod szyldem oraz w odległości maksymalnej od konstrukcji obiektu nieprzekraczającej odległości krawędzi dachu lub zadaszenia; 6) gabaryty: d) szerokość maks. 2 m, e) wysokość maks. 2 m, f) grubość (głębokość) maks. 10 cm, g) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 1 m^2. 7) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na nieruchomościach, na których zlokalizowana jest stacja paliw, sytuowanych na opaskach otaczających dachy i zadaszenia stanowisk służących obsłudze pojazdów lub podwieszonych pod krawędzią dachu lub zadaszenia: a) szerokość maks. 3 m, b) wysokość maks. 1 m, c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2. **Zmiany § 7 ust. 6, 7 i 8:** 6. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na ogrodzeniach – przy ograniczeniu ich liczby do maks. jednego szyldu ~~na jednym ogrodzeniu~~ na każde rozpoczęte 100 metrów bieżących jednego ogrodzenia: 1) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, przy każdym wejściu na nieruchomość: a) gabaryty: − szerokość maks. 2 m, − wysokość maks. 1,5 m, − grubość (głębokość) maks. 10 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m2, b) gabaryty dla szyldów w formie ażurowej na ogrodzeniach budynków użyteczności publicznej, ~~oraz~~ na ogrodzeniach znaczących obiektów sportowych oraz na ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich: − szerokość maks. 5 m, − wysokość maks. 2 m, − grubość (głębokość) maks. 10 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2;			gospodarcze, miały daleko idący wpływ na ekspansję reklam w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie przepisów dotyczących t.r.i.u.r. powstałych przed 1989 r. ma na celu ochronę reklam o wysokiej wartości kulturowej i historycznej, poprzez możliwość ich utrzymania. Ustalenie tego okresu na 2000 r. byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

			Wyjaśnienie PKL: podobnie jak w przypadku pojęcia „nieruchomości”, zastosowanie pojęcia „jednego ogrodzenia” niezależnie od tego czy ma ono kilkaset metrów czy kilkadziesiąt metrów doprowadzi do nierównego traktowania podmiotów. Przykładowo na ogrodzeniu kolei na Gubałówkę które ma kilkaset metrów będzie można umieścić jeden szyld, identycznie jak na ogrodzeniu które ma kilkadziesiąt metrów. 7. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych: 1) płasko na pojeździe; 2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. ~~2~~ 4 m^2 na wagonie. 8. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów na urządzeniach automatycznych: 1) płasko na urządzeniu; 2) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2, 3) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi. **Zmiany § 7 ust. 10 pkt 2):** 10. Dopuszcza się sytuowanie następujących szyldów **w formie wolnostojącej**: 2) na innych nieruchomościach, na których prowadzona jest działalność – z wyłączeniem terenów ogródków gastronomicznych: a) ~~na jednej nieruchomości~~ maks. jeden szyld tego rodzaju na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego; b) jednostronny lub wielostronny, c) gabaryty: − szerokość maks. 3 m, − wysokość maks. 3 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, − grubość (głębokość) maks. 1,5 m, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 3 m^2 po każdej stronie i maks. 6 m^2 łącznie. **Oddział III** **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów** **Zmiany § 8 ust. 1:**			

			1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów: 1) na obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską, z wyjątkiem kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych, reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych – *Wyjaśnienie PKL: cały obszar górnej stacji KLT Gubałówka (a więc obszar zorganizowanego terenu narciarskiego; zabudowanego budynkiem stacji) znajduje się w strefie ochrony konserwatorskiej w związku z czym konieczne jest dopisanie wyjątków w tym zakresie. Identyczna sytuacja dotyczy budynków stacyjnych Kolei Linowej Kasprowy Wierch – one również są wpisane do Gminnej Ewidencji Zabytków a znajdują się na zorganizowanym terenie narciarskim i są nieruchomościami zabudowanymi dworcami/stacjami. Należy ponadto wyjaśnić, że obecnie żadna z osobowych kolei linowych w Zakopanem nie jest środkiem komunikacji publicznego transportu zbiorowego a w odniesieniu do budynków kolei linowych ustawy i rozporządzenia używają pojęcia „stacja" a nie „dworzec".* 2) na obszarze Parku Kulturowego obszaru ulicy Krupówki, z wyjątkiem: kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych, oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych oraz reklam wyborczych; 3) na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej, z wyjątkiem: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, kierunkowskazów reklamowych oraz reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo- terenowego, reklam na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych; tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą, oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych			

			– Wyjaśnienie PKL: zarówno część ośrodka Gubałówka jak i Kasprowy Wierch znajduje się na obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej w związku z czym konieczne jest dodanie opisanych powyżej wyjątków. Należy ponadto wyjaśnić, że obecnie żadna z osobowych kolei linowych w Zakopanem nie jest środkiem komunikacji publicznego transportu zbiorowego a w odniesieniu do budynków kolei linowych ustawy i rozporządzenia używają pojęcia „stacja" a nie „dworzec". **Zmiany § 9 ust. 1 pkt 2 - 4:** 1. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych**: 2) na tymczasowych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego oraz na trwałych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich: a) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, b) gabaryty: − szerokość maks. 5 m, − wysokość maks. 2 m, − grubość (głębokość) maks. 10 cm, − powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 2 m^2, c) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju ~~na wszystkich ogrodzeniach~~ na każde rozpoczęte 100 metrów bieżących jednego ogrodzenia na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 4 m^2; 3) na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych: a) płasko na pojeździe, b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym pojeździe: maks. 0,5 m^2 na krzesełku i maks. ~~2~~ 4 m^2 na wagonie; 4) na urządzeniach automatycznych: a) płasko na urządzeniu, b) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym urządzeniu automatycznym: maks. 1 m^2, c) w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi **Zmiany § 9 ust. 3:** 3. Dopuszcza się sytuowanie następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, **w formie wolnostojącej**: na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego:			

			1) jednostronne lub wielostronne; 2) gabaryty: a) szerokość maks. ~~3~~ 4 m, b) wysokość maks. ~~3~~ 4,5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. ~~3~~ 7 m^2 po każdej stronie i maks. ~~6~~ 14 m^2 łącznie; 3) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tego rodzaju na jednej nieruchomości lub na jednym zorganizowanym terenie narciarskim: maks. 12 m^2 na każde 2000 m2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego. – *Wyjaśnienie PKL: w przypadku tablic i urządzeń reklamowych wolnostojących np. przy obiektach sportowych wskazane wymiary są zbyt małe w odniesieniu do potrzeb i dopuszczenie większych tablic i urządzeń w sąsiedztwie tak dużych obiektów jak znaczący obiekt sportowy lub zorganizowane tereny narciarskie nie spowoduje zbyt dużej ingerencji z krajobraz. Ponadto, z uwagi na powszechnie przyjętą definicję nieruchomości (jedna nieruchomość obejmuje wszystkie działki, które znajdują się w jednej księdze wieczystej), to brak sprecyzowania powierzchni w odniesieniu do nieruchomości (tak jak to zaproponował PKL) doprowadzi do skrajnie nierównego traktowania adresatów uchwały. Przykładowo, jeśli jeden teren narciarski jest podzielony na wiele małych nieruchomości, to będzie miał do dyspozycji znacznie większą powierzchnię ekspozycji reklamy niż dużo większa od niego stacja narciarska, ale posiadająca większość działek w jednej księdze wieczystej.* **Zmiany § 9 ust. 4:** 1. Dopuszcza się sytuowanie następujących **kierunkowskazów reklamowych** – przy ograniczeniu ich liczby do maks. dwóch kierunkowskazów dla jednego obiektu lub terenu: 1) płasko na ścianie w strefie parteru, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 4m, (*Wyjaśnienie PKL: chodzi o słupki; standy reklamowe podobne jak przy dolnej stacji KL-T Gubałówka które są wpisane w budynek a swoją formą stanowią słup wykonany z materiałów kompozytowych na którym znajduje się logotyp oraz informacje kierunkujące ruch pieszy)* c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2,			

			− dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym budynku: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 2,5 m^2; 2) płasko na ogrodzeniu, z wyłączeniem daszku lub zadaszenia, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 1,5 m, c) grubość (głębokość) maks. 10 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych na jednym ogrodzeniu: − maks. 0,6 m^2, − dla formy zbiorczej maks. 1,8 m^2; 3) w formie wolnostojącej – jednostronnych lub dwustronnych, o gabarytach: a) szerokość maks. 1,2 m, b) wysokość: − maks. 3 m, w tym wysokość powierzchni ekspozycji reklamy maks. 0,5 m, − dla formy zbiorczej maks. 3 m, c) grubość (głębokość) maks. 20 cm, d) powierzchnia ekspozycji reklamy: − maks. 0,6 m^2 po każdej stronie, − dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 po każdej stronie, w tym maks. 0,6 m^2 dla jednego obiektu lub terenu po każdej stronie, e) łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wszystkich kierunkowskazów reklamowych w formie wolnostojącej na jednej nieruchomości: − maks. 0,6 m^2 dla jednostronnych i maks. 1,2 m^2 dla dwustronnych, − dla formy zbiorczej maks. 3 m^2 dla jednostronnych i maks. 6 m^2 dla dwustronnych. **Zmiany § 9 ust. 5 i 6:** 5. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych promujących wydarzenia miejskie** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do ~~14~~ 21 dni przed jego rozpoczęciem i do ~~3~~ 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż ~~60~~ 90 dni w ciągu roku kalendarzowego:			

			(...) 6. Dopuszcza się sytuowanie następujących **reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich** – na czas trwania danego wydarzenia oraz dodatkowo do ~~4~~ 7 dni przed jego rozpoczęciem i do ~~3~~ 7 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż ~~60~~ 90 dni w ciągu roku kalendarzowego: (...) **Rozdział II** **OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY** **Zmiany § 11:** Dopuszcza się następującą wysokość obiektów małej architektury: 1) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – maks. 6 m; 2) pozostałych – maks. 4 m, 3) masztów flagowych – maks. 8 m **Zmiany § 12 ust. 3:** 3. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane obiekty małej architektury: 1) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury o wysokiej jakości, tj. o konstrukcji i z materiałów odpornych na proces starzenia oraz czynniki mechaniczne i atmosferyczne; 2) nakazuje się wykonywanie obiektów małej architektury z następujących materiałów: drewno naturalne, kamień naturalny, metal, stop metalu, szkło i jego imitacje (np. szkło akrylowe, poliwęglan), beton (w tym beton architektoniczny), ceramika (w tym cegła), materiały kompozytowe imitujące materiały naturalne; – *Wyjaśnienie PKL: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np. laminaty HPL; dibond* 3) nakazuje się zachowanie naturalnej kolorystyki materiałów lub stosowanie kolorystyki w odcieniach bieli, czerni, grafitu, szarości, ciemnego brązu i ciemnej zieleni; 4) zakazuje się stosowania jaskrawej kolorystyki; 5) dla obiektów małej architektury określonych w § 11 pkt 1 dopuszcza się stosowanie materiałów innych niż określone w pkt 2 oraz kolorystyki innej niż określona w pkt 3. **Dodanie w § 12 ust. 5:** 5. Przepisów ust. 3 i 4 nie stosuje się do wystaw okolicznościowych typu kraina światła – *Wyjaśnienie PKL: PKL co roku organizuje na Gubałówce trwającą 120 dni wystawę okolicznościową „Kraina*			

			Światła", popularną wśród turystów i budującą pozytywny, zimowy wizerunek Zakopanego. Niektóre elementy tej wystawy mogą zostać potraktowane jako obiekty małej architektury. Dlatego ważne jest, żeby przez nakazy stosowania określonych materiałów oraz rodzaj oświetlenia nie zniweczyć możliwości realizacji tej wystawy. **Rozdział III** **OGRODZENIA** **Zmiany § 14 ust. 1, 2 i 3:** 1. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń dla potrzeb grodzenia następujących terenów: 1) terenów zabudowy: mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej i techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów), ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego; 2) nieruchomości zabudowanych budynkiem: mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, składowym lub magazynowym, zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego; 3) składowisk odpadów komunalnych; 4) oczyszczalni ścieków komunalnych; 5) cmentarzy komunalnych i wyznaniowych; 6) rodzinnych ogrodów działkowych, w rozumieniu ustawy z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych (tekst jedn. Dz. U. z 2021 r. poz. 1073); 7) znaczących obiektów sportowych; 8) zlokalizowanych na terenach dostępnych publicznie: placów zabaw, ogródków jordanowskich, siłowni plenerowych i wybiegów dla psów; 9) zorganizowanych terenów narciarskich, w zakresie ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa o charakterze trwałym (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące) – *Wyjaśnienie PKL bardzo często ogrodzenia terenów narciarskich musza być ogrodzeniami trwałymi, dotyczy to zwłaszcza ogrodzeń służących do zabezpieczania niebezpiecznych miejsc siatkami i materacami które są montowane w sposób trwały np. na fundamentach. Ma to znaczący wpływ na bezpieczną eksploatację takich obiektów.* 2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń tymczasowych dla potrzeb: 1) grodzenia terenów robót budowlanych – na czas wykonywania robót budowlanych; 2) koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego; 3) grodzenia upraw leśnych na terenach lasów publicznych;			

			4) organizacji i bezpieczeństwa ruchu turystycznego i narciarskiego oraz ochrony przed dzikimi zwierzętami – na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego; 5) grodzenia terenów targowisk – na czas trwania targowiska oraz dodatkowo do 2 dni przed jego rozpoczęciem i do 2 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 7 dni łącznie; 6) organizacji wydarzeń miejskich – na czas trwania wydarzenia oraz dodatkowo do 3 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 14 dni łącznie; 7) organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich – w trakcie sezonu narciarskiego lub w okresie funkcjonowania wyciągu lub przenośnika na danym terenie; 8) organizacji ogródków gastronomicznych ~~– w trakcie sezonu letniego.~~ – *Wyjaśnienie PKL: obecnie ogródki gastronomiczne są organizowane nie tylko w czasie sezonu letniego ale również poza tym sezonem* 3. Dopuszcza się następującą wysokość ogrodzeń: 1) określonych w ust. 1 pkt 7 stanowiących piłkochwyty – maks. 6 m; 2) określonych w ust. 1 pkt 1 dla terenów zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, w ust. 1 pkt 2 dla budynków mieszkalnych wielorodzinnych oraz w ust. 2 pkt 2, 5 ~~i 7~~ – maks. 1,2 m; 3) określonych w ust. 2 pkt 8 – maks. 0,9 m; 4) pozostałych – maks. 2,2 m. 5) ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych – max. 5 m. **Zmiany § 15 ust. 4 pkt 2, 6, 7, 11:** 4. Ustala się następujące standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane ogrodzenia: 2) nakazuje się wykonywanie ogrodzeń z następujących materiałów: drewno naturalne (w tym gont naturalny dla daszków nad ogrodzeniem oraz zadaszeń bram, furtek i śmietników wbudowanych w ogrodzenie), kamień naturalny, metal, stop metalu, materiały kompozytowe – *Wyjaśnienie PKL: obecnie powszechnie wykorzystuje się materiały kompozytowe które niejednokrotnie wyglądają niemal identycznie jak materiały naturalne natomiast mają większą trwałość – np laminaty HPL; dibond.* 6) dopuszcza się stosowanie tworzyw sztucznych – wyłącznie dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 4, 6 i 7; 7) dopuszcza się stosowanie fladr – wyłącznie dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz ogrodzeń tymczasowych określonych w § 14 ust. 2 pkt 1-7; 11) dla ogrodzeń określonych w § 14 ust. 1 pkt 9 oraz § 14 ust. 2 pkt 1, 4 i 7 oraz fladr, dopuszcza się stosowanie kolorystyki innej niż określona w pkt 9, w tym jaskrawej kolorystyki.			

			Dział III **Przepisy dostosowujące** **Zmiany § 17** Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – ustala się obowiązek dostosowania do zakazów, zasad i warunków ustalonych uchwałą, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, z wyjątkiem: 1) obiektów małej architektury: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych, lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych lub lokalizowanych poza miejscami publicznymi – *Wyjaśnienia PKL: zgodnie z obowiązującym prawem budowlanym obiekty małej architektury poza miejscami publicznymi mogą być realizowane bez zgłoszeń lub innych decyzji administracyjnych, tj. w przypadku barku zmiany komentowanego przepisu, to pomimo że zostały wzniesione legalnie, będą wymagały dostosowania* b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub w wydanych ostatecznych decyzjach o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, c) objętych ochroną konserwatorską, d) kultu religijnego, e) posągów, fontann, wodotrysków, f) użytkowych służących rekreacji codziennej, stanowiących wyposażenie placów zabaw, ogródków jordanowskich i siłowni plenerowych – które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale; 2) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych ~~– dla których termin dostosowania wynosi 60 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały~~; *- Wyjaśnienie PKL: zgodnie z wyrokiem NSA z dnia 24 kwietnia 2024 r., sygn. II OSK 1825/19 nakaz dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, bez zapewnienia mechanizmu kompensacyjnego, jest niezgodny z przepisami Konstytucji RP. Takie przepisy naruszają prawa nabyte oraz zasadę zaufania obywateli do państwa i jego prawa. Podobnie wskazał NSA w wyroku z 19 grudnia 2024 r., II OSK 631/23: „W świetle stwierdzonej niekonstytucyjności art. 37a ust. 9 u.p.z.p. zgodzić się należy, że wprowadzenie w uchwale krajobrazowej regulacji, nakazującej dostosowanie zrealizowanych legalnie, gdyż na podstawie zgody budowlanej przed dniem jej wejścia w życie tablic*			

			lub urządzeń reklamowych, bez jakiegokolwiek mechanizmu kompensacyjnego (regulacji ochronnych), jest niezgodne z prawem." 3) ogrodzeń: a) zrealizowanych na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych lub skutecznie przyjętych zgłoszeń robót budowlanych, b) usytuowanych na terenach zabudowy ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub w wydanych ostatecznych decyzjach o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, c) objętych ochroną konserwatorską – dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale. **Zmiany § 18 ust. 2 pkt 3** 3) w przypadku, gdy niezgodność z przepisami uchwały dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych objętych ochroną konserwatorską lub tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie ażurowej o udokumentowanym istnieniu przed ~~1989~~ 2000 r. – obowiązek dostosowania nie występuje. - *Wyjaśnienie PKL: dotyczy to przede wszystkim szyldów na terenie KLT Gubałówka, która została przebudowana. Szyldy te mają swoją tradycję i zasadne jest ich zachowanie a jeśli nie zostaną uwzględnione wyższe uwagi wówczas nie będą spełniały wymogów uchwały; obszar dolnej stacji KL-T Gubałówka nie jest objęty ochroną konserwatorską w żaden sposób.*			
88.	30.04.2026.	[*]	1) W pierwszej kolejności wnoszę o wydłużenie przyjętego w projekcie uchwały w § 2 pkt 26) okresu trwania sezonu narciarskiego poprzez przyjęcie, że przez sezon narciarski należy rozumieć okres czasu **od dnia 1 grudnia danego roku do dnia 10 maja** następnego roku kalendarzowego. Podkreślam, że przyjęty okres trwania sezonu narciarskiego ma istotne znaczenie w zakresie możliwości umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, przyjęcie zbyt krótkiego okresu sezonu narciarskiego może bowiem uniemożliwić reklamę rozpoczętej w danym roku działalności narciarskiej w najważniejszym dla Spółek prowadzących przedmiotową działalność okresie, tj. na początku i w końcowym okresie sezonu narciarskiego. 2) Dalej wnoszę o **dodanie w definicji znaczącego obiektu sportowego (§ 2 pkt 39 projektu Uchwały) obiektów takich jak: osobowa kolej linowa (bez względu na przepustowość) wraz z infrastrukturą, wyciąg lub przenośnik wraz z ich infrastrukturą o przepustowości co najmniej 500 os/h**. Zauważyć należy, że obiekty te nie są objęte definicją zorganizowanego terenu narciarskiego, przez który rozumie się *ogólnie udostępnione i*	Cały obszar objęty projektem uchwały.	**Uwaga nr 88 – nieuwzględniona**.	Ze względu na ochronę wartości krajobrazowych, historycznych i kulturowych, regulacja zagadnień związanych z t.r.i.u.r. jest jednym z głównych założeń sporządzenia projektu uchwały. Z kolei ustalone w projekcie uchwały zasady i warunki sytuowania t.r.i.u.r. stanowią główny element tej regulacji. Ograniczy to m.in. liczbę i gabaryty obiektów często szpecących krajobraz. Istotne jest uspokojenie odbioru przestrzeni wizualnej Zakopanego, m.in. poprzez ograniczenie liczby i gabarytów t.r.i.u.r. 1. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak wydłużenie sezonu narciarskiego w rozumieniu

			odpowiednio naśnieżone lub z odpowiednio przygotowanym sztucznym podłożem, oznaczone i zabezpieczone tereny przeznaczone do uprawiania narciarstwa lub snowboardingu, znajdujące się przy urządzeniach transportu linowego lub taśmowego przeznaczonych do transportu osób, a także narciarskie trasy biegowe oraz parki narciarskie i pólka ćwiczebne, a zatem brak ich uwzględnienia w definicji znaczącego obiektu sportowego może prowadzić do nieuzasadnionego zróżnicowania zasad w zakresie umieszczania reklam w porównaniu do obiektów sportowych ujętych w przedmiotowej definicji. 3) Wnoszę o **dodanie definicji rozróżniającej tablice, której celem jest reklama, od tablicy o funkcji informacyjnej** określającej lokalizację obiektów powiązanych z obsługą klienta, takich jak kasy, toalety, czy restauracje, a których celem jest zapewnienie odpowiedniej organizacji na terenie danego ośrodka. W stosunku do tablic o charakterze informacyjnym powinny zostać ustanowione mniejsze ograniczenia ilościowe niż w stosunku do tablic o charakterze reklamowym z uwagi na ich funkcję i cel informacyjny. 4) W zakresie § 4 projektu Uchwały wnoszę o wprowadzenie wyłączenia stosowania przepisów Rozdziału I – oddział II i III – w odniesieniu do reklam sytuowanych: a) na urządzeniu automatycznym w formie treści multimedialnej o powierzchni do 1 m^2 b) na elementach dekoracji okolicznościowych, o ile będą ograniczone do treści reklamowych do pow. do 0,30 m^2 wykonanych w technologii / formie analogicznej do dekoracji c) wewnątrz budynków i pojazdów, d) na elementach zabezpieczających takich jak siatki, fladry, materace – logotypów i oznaczeń zarządcy zorganizowanego terenu narciarskiego, e) tablic o charakterze informacyjnym. 5) W odniesieniu do § 5 ust. 1 pkt 1) wnoszę o zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na elewacji w strefie parteru (w tym w witrynach) do **maks. 40%** powierzchni elewacji w strefie parteru, w tym maks. do **40%** powierzchni każdej witryny. 6) W odniesieniu do § 5 ust. 1 pkt 4) lit a wnoszę o zmniejszenie nakazanej do zachowania odległości od krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego do min. 5 cm. 7) Odnosząc się do proponowanego zapisu § 5 ust. 2 pkt 4 projektu Uchwały wnoszę o wyłączenie obowiązywania przedmiotowego		przepisów uchwały krajobrazowej byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Definicje sezonu narciarskiego funkcjonujące w innych dokumentach przyjętych w Zakopanem, często ustalają jego koniec na koniec kalendarzowej zimy lub koniec marca. Dłuższy sezon narciarski w rozumieniu przepisów uchwały nie mieści się w koncepcji wprowadzenia jego definicji do projektu uchwały. 2. Projekt uchwały zawiera definicje w brzmieniu skorelowanym z potrzebą ich użycia w tekście projektu uchwały. Koleje linowe, wyciągi i przenośniki nie mieszczą się w definicji znaczącego obiektu sportowego, użytej w projekcie uchwały. 3. Zgodnie z art. 2 pkt 16a ustawy o p.i.z.p. przez reklamę należy rozumieć upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Zatem to przepisy odrębne określają co stanowi reklamę. Przykładowo tablica informująca o restauracji lub płatnej toalecie stanowi reklamę, ponieważ upowszechnia informację promującą usługi. Natomiast tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. 4. Treści multimedialne na urządzeniach automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. Sytuowanie t.r.i.u.r. o łącznej powierzchni ekspozycji reklamy maks. 1 m^2 jest dopuszczone na urządzeniach automatycznych.

			nakazu w odniesieniu do reklam okolicznościowych na terenach wydarzeń miejskich. 8) W § 5 ust. 3 pkt 2 projektu Uchwały wnoszę o wyłączenie zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elementach takich jak pojazdy i urządzenia wyciągowe oraz na elementach infrastruktury funkcjonujących osobowych kolei linowych, wyciągów i przenośników. 9) W § 5 ust. 4 pkt 3 projektu Uchwały wnoszę o wyłączenie z zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formacie pneumatycznych (pompowanych, dmuchanych) urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich. 10) W § 5 ust. 4 pkt 4 projektu Uchwały wnoszę o wyłączenie z zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o zmiennej treści lub emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze w odniesieniu do max. dwóch urządzeń reklamowych na zorganizowanym terenie narciarskim. 11) Wnoszę o dopuszczenie w § 5 projektu Uchwały stosowania urządzeń reklamowych wykorzystujących nowoczesne technologie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach budynków lub budowli, przy następujących ograniczeniach: a) urządzenia tego typu będą funkcjonować w godzinach 6:00 – 22:00, b) treści o charakterze promocyjnym na tego typu urządzeniach będą emitowane przez maksymalnie 15 minut w każdej pełne godzinie. W pozostałym czasie na instalacji emitowane będą treści edukacyjne związane z kulturą, przyrodą i historią Podhala. c) powierzchnia tego typu urządzeń będzie wynosić maksymalnie 50% powierzchni elewacji 12) W zakresie § 6 ust. 1 wnoszę o zwiększenie maks. liczby szyldów sytuowanych przez każdy podmiot prowadzący działalność do sześciu, przy czym ilość ta nie powinna przypadać na daną nieruchomość lecz powinna zostać odniesiona do danej powierzchni, tj. przykładowo max. sześć szyldów na 2000m^2. 13) Odnosząc się do § 7 projektu Uchwały wnoszę o zmianę jego treści w ust. 6 poprzez dopuszczenie usytuowania określonych w tym przepisie szyldów z ograniczeniem ich liczby do maks. jednego na każde rozpoczęte 100 metrów bieżących danego ogrodzenia (zamiast jednego szyldu na jednym ogrodzeniu). Dodatkowo wnoszę o dodanie w § 7 ust. 6 pkt. 1 lit. b możliwości sytuowania określonych w tym przepisie szyldów również na ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich.			Nie jest intencją projektu uchwały, żeby dekoracje okolicznościowe lub elementy zabezpieczające zawierały treści reklamowe. Uchwała krajobrazowa generalnie nie dotyczy t.r.i.u.r. sytuowanych wewnątrz budynków (z wyjątkiem tych w witrynach) i pojazdów; również zgodnie z art. 17a ust. 5 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, opłaty reklamowej nie pobiera się jeżeli tablice lub urządzenia reklamowe nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie. Tablice informacyjne niestanowiące reklam wykraczają poza ustawowy zakres ustaleń uchwały krajobrazowej. Lokalizacja znaków informacyjnych i kierunkowych, niestanowiących t.r.i.u.r., nie stanowi przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich dodatkowych rodzajów, poprzez wyłączenie stosowania przepisów uchwały w stosunku do nich, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 5. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na elewacjach w strefie parteru i w witrynach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 6. Zachowanie odległości t.r.i.u.r. od krawędzi: elewacji, ogrodzeń, konstrukcji, otworów okiennych i wejściowych, przeszkleń oraz detalu architektonicznego, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i uspokojenie odbioru wizualnego elewacji obiektów budowlanych. 7. Nakaz sytuowania t.r.i.u.r. w formie wolnostojącej w sposób niezasłaniający obiektów objętych ochroną konserwatorską oraz osi widokowych, przedpoli ekspozycji i panoram, ma na celu zachowanie ładu przestrzennego i ochronę odbioru wizualnego wymienionych obiektów.

			14) W dalszej kolejności zwracam się z prośbą o zwiększenie w § 7 ust. 7 pkt 2 projektu Uchwały łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również niestanowiących szyldów) na jednym pojeździe: do maks. 4 m^2 na wagonie. 15) Wnoszę o dodanie w § 7 ust. 8 projektu Uchwały możliwości sytuowania na urządzeniach automatycznych również szyldów w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi. 16) W odniesieniu do § 7 ust. 10 pkt 2 lit a projektu Uchwały zwracam się z prośbą o zmianę treści wskazanego przepisu poprzez dopuszczenie sytuowania określonego szyldu w formie wolnostojącej w liczbie maks. jednego na każde 2000 m^2 jednej nieruchomości lub na każde 2000 m^2 jednego zorganizowanego terenu narciarskiego, zamiast dopuszczenia możliwości sytuowania szyldu danego rodzaju w ilości maks. jednego szyldu na jedną nieruchomość. 17) W § 8 ust. 1 projektu Uchwały wnoszę o wyłączenie z zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów na: 1) obiektach objętych ochroną konserwatorską, nieruchomościach zabudowanych takim obiektem oraz obszarach objętych ochroną konserwatorską: - kierunkowskazów reklamowych, reklam okolicznościowych, tablic i urządzeń reklamowych na zorganizowanych terenach narciarskich, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego, tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą; oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych; 2) obszarze Parku Kulturowego Kotliny Zakopiańskiej: - tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych budynkiem dworca / stacji komunikacji publicznego transportu zbiorowego – kolejowego, autobusowego, linowego lub linowo-terenowego, reklam na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych; tablic i urządzeń reklamowych na nieruchomościach zabudowanych osobowymi kolejami linowymi lub ich infrastrukturą, oznaczeń na urządzeniach automatycznych, treści reklamowych prezentowanych w formie multimedialnej na ekranach urządzeń automatycznych 18) W zakresie § 9 ust. 1 pkt 2 wnoszę o dodanie możliwości sytuowania określonych w tym przepisie tablic reklamowych i			8. Osobowe koleje linowe stanowią obiekty budowlane, których nie stanowią pojazdy samochodowe. Reklama mobilna, t.r.i.u.r. na pojazdach samochodowych itp., zgodnie z wieloma interpretacjami przepisów prawnych pozostają poza zakresem ustaleń uchwały krajobrazowej, dotyczącej generalnie właśnie obiektów budowlanych. Postanowiono jednak określić warunki ich sytuowania, by wyeliminować wątpliwości. Dodatkowo osobowe koleje linowe są usytuowane w terenach zielonych, o dużych wartościach krajobrazowych, i nie jest intencją projektu ich wyłączenie z ustaleń uchwały. Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych. 9. i 10. Dopuszczenie sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju sportu, jako jednego z dwóch głównych rodzajów działalności mających stanowić o tożsamości Zakopanego (drugim jest kultura). Jednak poszerzenie możliwości ich sytuowania, w tym dopuszczonych form t.r.i.u.r., byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby zbyt daleko idącą degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. 11. Dopuszczenie przeziernych ekranów LED do wyświetlania treści reklamowych w formie projekcji na elewacjach lub w witrynach byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 12. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego.

			urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, również na trwałych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich. 19) W zakresie § 9 ust. 1 pkt 3 wnoszę o zwiększenie łącznej powierzchni ekspozycji reklamy wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym również stanowiących szyldy) na jednym pojeździe: do maks. 4 m^2 na wagonie. 20) W § 9 ust. 1 pkt 4 wnoszę o dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów na urządzeniach automatycznych w formie treści multimedialnej na wyświetlaczu obsługi. 21) Dalej wnoszę o zwiększenie gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niestanowiących szyldów, w formie wolnostojącej, o których mowa w § 9 ust. 3 projektu Uchwały w następujący sposób: a) szerokość maks. 4 m, b) wysokość maks. 4,5 m, z wyjątkiem masztów flagowych i winderów, dla których maks. 5 m, c) grubość (głębokość) maks. 1,5 m, d) powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 7 m2 po każdej stronie i maks. 14 m2 łącznie. 22) Wnoszę o dokonanie zmiany w § 11 projektu Uchwały poprzez dodanie dopuszczalnej wysokości obiektu małej architektury w postaci masztów flagowych do maks. 8 m. 23) W dalszej kolejności wnoszę o dopuszczenie w § 14 ust. 1 projektu Uchwały możliwości sytuowania ogrodzeń dla potrzeb grodzenia: zorganizowanych terenów narciarskich, w zakresie ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa o charakterze trwałym (ogrodzenia typu: konstrukcje wsporcze pod materace zabezpieczające; trwałe zabezpieczenia tras narciarskich np. siatki wyłapujące). Tym samym wnoszę o wyznaczenie w § 14 ust. 3 projektu Uchwały maksymalnej wysokości ogrodzeń organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich zarówno tymczasowych jak i trwałych - 5 m.			Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. 13. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 14. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 15. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. 16. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Odniesienie do powierzchni nieruchomości skutkowałaby skomplikowaniem projektu uchwały i pracy na przepisach uchwały krajobrazowej. 17. W projekcie uchwały przyjęto generalny zakaz sytuowania t.r.i.u.r. niestanowiących szyldów na obiektach i obszarach objętych ochroną konserwatorską oraz na obszarach parków kulturowych. Przy czym na takim obiekcie można będzie sytuować szyldy, zgodnie z przepisami uchwały. Wprowadzenie zmian w tym zakresie byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby osłabieniem ochrony obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską oraz parków kulturowych, nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego.

						18. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania szyldów, w tym ich większej liczby na ogrodzeniach, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. Zorganizowane tereny narciarskie stanowią na ogół tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych. 19. Zwiększenie łącznej dopuszczalnej powierzchni ekspozycji reklamy t.r.i.u.r. na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały, skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 20. Treści reklamowe na wyświetlaczach obsługi urządzeń automatycznych zawierają się w ramach t.r.i.u.r. sytuowanych płasko na urządzeniu. 21. Dopuszczenie większych możliwości sytuowania t.r.i.u.r., w tym ich większych gabarytów, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby nadmiernym zagęszczeniem t.r.i.u.r. w przestrzeni publicznej i pogorszeniem jej jakości, a w konsekwencji degradacją ładu przestrzennego. 22. Maszty flagowe nie stanowią obiektów małej architektury. W związku z tym brak podstawy prawnej do ustalenia maks. wysokości masztów flagowych w uchwale. Natomiast jeśli dany maszt flagowy zostanie zakwalifikowany jako obiekt małej architektury przez organ administracji architektoniczno-budowlanej lub organ nadzoru budowlanego, obowiązywać go będzie wysokość maks. 4 m, czyli taka, jak ustalona generalnie dla obiektów małej architektury. Dopuszczenie większej wysokości obiektów małej architektury byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego.

						23. Przepisów rozdziału dotyczącego ogrodzeń nie stosuje się do ogrodzeń zabezpieczających stanowiących realizację obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi, tj. których konieczność usytuowania, rodzaj i cechy wynikają z przepisów odrębnych. Elementy zabezpieczające niestanowiące ogrodzeń (jak materace) nie stanowią przedmiotu ustaleń projektu uchwały. Dopuszczenie sytuowania tymczasowych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego, jest działaniem dla rozwoju narciarstwa na terenie Zakopanego. Natomiast dopuszczenie większych możliwości sytuowania ogrodzeń, w tym sytuowania trwałych ogrodzeń na zorganizowanych terenach narciarskich, stanowiących tereny zielone o dużych wartościach krajobrazowych, w ciągu całego roku, czy ogrodzeń o monstrualnej wysokości 5 m, byłoby sprzeczne z założeniami projektu uchwały i skutkowałoby pogorszeniem jakości przestrzeni publicznej oraz degradacją ładu przestrzennego. Ochrona spójności zachowanych terenów otwartych, cennych przyrodniczo i krajobrazowo, jest niezwykle istotna, zwłaszcza dla terenów położonych w bliskości parku narodowego. Ze względu na ochronę ładu przestrzennego brak jest podstaw do uwzględnienia uwagi.

* Wyłączenie jawności w zakresie danych osobowych; na podstawie przepisów o ochronie danych osobowych oraz art. 5 ust. 2 ustawy o dostępie do informacji publicznej; jawność wyłączył Bartłomiej Rzepa – główny specjalista w Biurze Planowania Przestrzennego Urzędu Miasta Zakopane.

Przewodniczący Rady

Grzegorz Jóźkiewicz