



**ŁADNY KALISZ!**

# **ZESTAWIENIE UWAG**

## **Uchwała krajobrazowa**

*Kalisz, 31.03.2020 r.*

Spis treści:

- I. Opis badania.....3
- II. Kto składał uwagi?.....4
- III. Rozstrzygnięcie uwag.....5
- IV. Odpowiedzi na pytania /zbiorczo/ zawarte w formularzach.....37

## I. Opis badania.

Niniejsze zestawienie uwag, opinii oraz propozycji zmian, nazwane w skrócie „Zestawieniem uwag”, zostało stworzone w wyniku przeprowadzonego badania, jako elementu konsultacji społecznych dotyczących projektu uchwały Rady Miasta Kalisza w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane” (zwanej uchwałą krajobrazową).

Badanie zostało zrealizowane przez Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury za pomocą formularza on-line na stronie [www.kalisz.pl](http://www.kalisz.pl). Formularz był dostępny do wypełnienia w dniach od 16 do 29 marca 2020r. Istniała również możliwość przesłania formularza tradycyjnie pocztą, mailem lub złożenia w Urzędzie Miasta Kalisza. Zakres negocjowalny konsultacji ograniczony był do zagadnień związanych z udostępnionym na stronach Urzędu projektem uchwały.

W ten sposób podjęto starania, aby uzyskać opinię mieszkańców na temat konkretnych zagadnień związanych z występującymi na terenie miasta: tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, szyldów a także obiektów małej architektury oraz ogrodzeń. Zgromadzone opinie pomogą w określeniu zapisów uchwały, posłużą do ich szczegółowego dopracowania i stanowią początek do dalszych tego typu działań partycypacyjnych.

Dziękujemy mieszkańcom miasta i innym osobom zainteresowanym tym tematem, za wzięcie udziału w konsultacjach.

**Biorąc udział w działaniach partycypacyjnych pomożesz nam sformułować zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.**

**Regulacje zostaną ujęte w uchwale krajobrazowej, która uporządkuje elementy przestrzeni publicznej negatywnie wpływające na estetykę miasta.**

## II. Kto składał uwagi?

W konsultacjach brali udział:

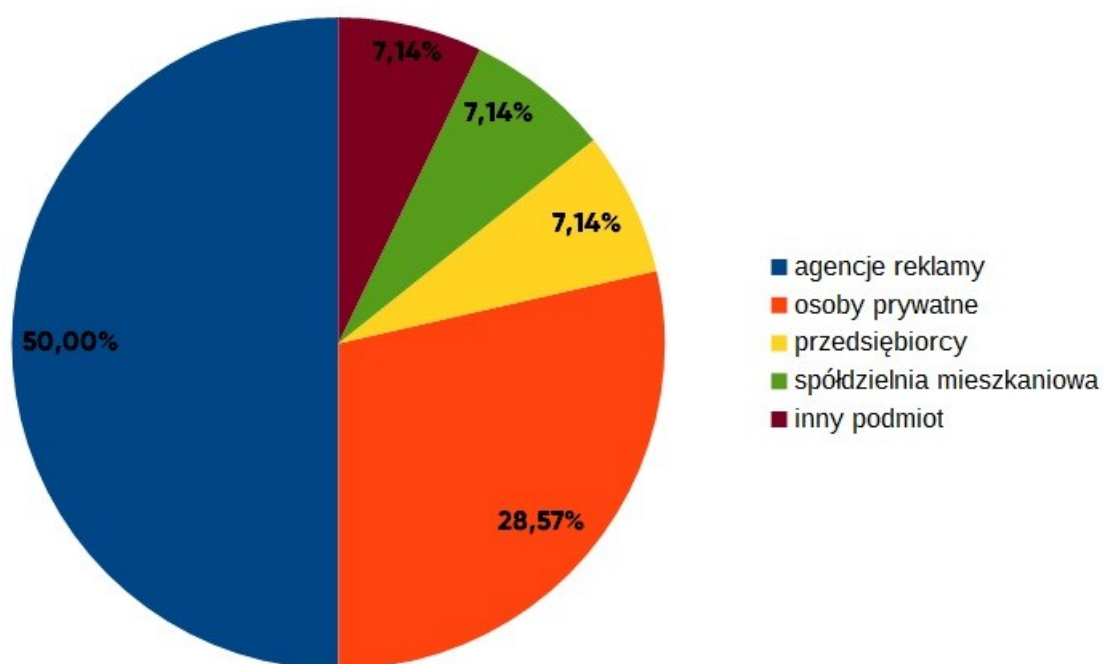
Agencje reklamy - 7

Osoby prywatne - 4

Przedsiębiorcy - 1

Spółdzielnia mieszkaniowa - 1

Inny podmiot - 1



**Kto składał uwagi?**

### III. Rozstrzygnięcie uwag

liczba uwag w sumie – 65

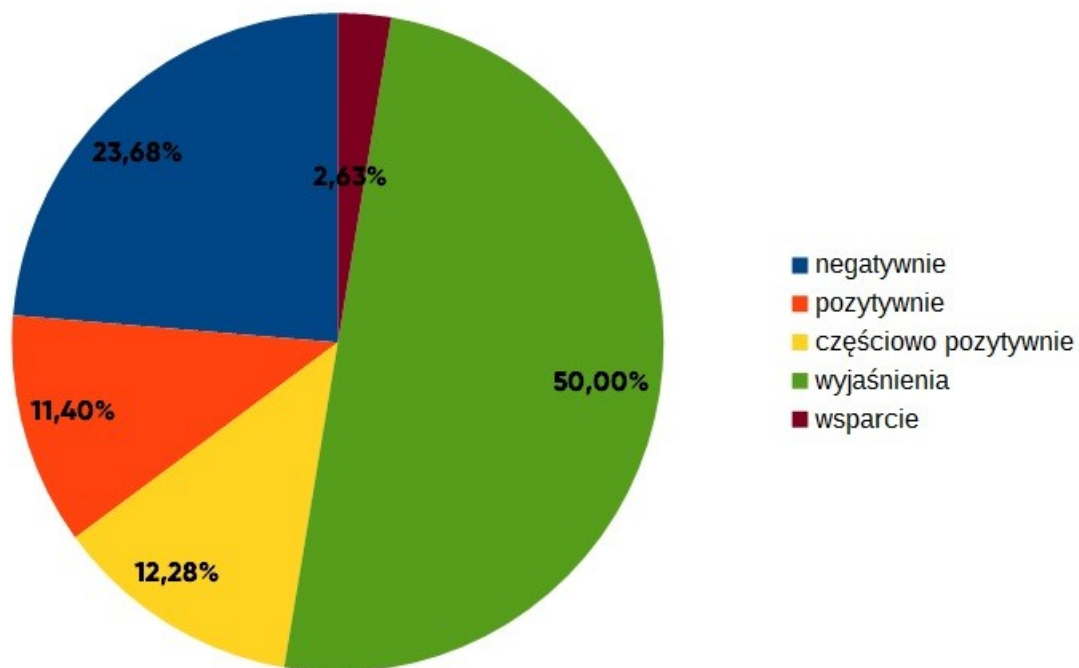
uwagi rozstrzygnięte negatywnie – 27

uwagi rozstrzygnięte pozytywnie – 13

uwagi rozstrzygnięte częściowo pozytywnie – 14

głosy wsparcia – 3

liczba pytań w sumie – 57



Rozstrzygnięcie uwag

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

Nr uwagi	Miejsce w dokumencie, do którego odnosi się uwaga	Treść uwagi (pisownia oryginalna) / stanowisko Prezydenta Miasta do uwagi
1. Spółdzielnia mieszkaniowa		
1.1	Uwaga dot. § 7 ust. 2	<p>Treść:            § 6 ust. 2 <i>określenie terminu na minimum 24 m-ce dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami i niezgodnych z § 14 pkt 1 lit. c,</i>            W obecnej sytuacji gospodarczej związanej z epidemią narzucenie rozwiązań likwidujących większość rynku reklam spowoduje kłopoty firm reklamowych, spadek wpłat podatkowych zarówno od firm reklamowych jak i od jednostek udostępniających powierzchnie (zarówno podatku VAT jak i dochodowego). Dla Spółdzielni Mieszkaniowych oznacza zmniejszenie dodatkowych dochodów, które zasilają fundusze remontowe oraz wypowiedzenie obowiązujących umów.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:            Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie.            Przytoczony przepis znajduje się w § 7 ust. 2 projektu uchwały.            Przepisy uchwały nie likwidują możliwości reklamowania, mają na celu uregulowanie tej kwestii. W związku z częstym zwróceniem uwagi w niniejszych konsultacjach na zbyt krótki termin, postanowiono przedłużyć terminy dostosowawcze (§ 7.1 – 36 miesięcy; § 7.2 – 24 miesiące).</p>		
1.2	Uwaga dot. § 13 pkt 2 lit. a	<p>Treść:            § 13 pkt 2a <i>narzucanie rozwiązań dla prowadzących lokale użytkowe dotyczące szyldów w świetle witryn,</i>            Czy zaklejanie szyb z uwagi na nasłonecznienie lub rodzaj prowadzonej działalności (lekarze, kosmetyczki, banki itp.) lub zastosowanie sitodruków na szybach eksponujących proponowane produkty w świetle zapisów ww. paragrafu będzie dopuszczalne. Zapisy mało precyzyjne.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:            Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja tablicy reklamowej znajduje się w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Wedle projektu uchwały witryny mogą być zaklejane, ale w ograniczonym stopniu. Witryny mają przede wszystkim funkcję wystawienniczą, służącą wyeksponowaniu asortymentu.</p>		
1.3	Uwaga dot. § 14 pkt 1 lit. b	<p>Treść:            § 14 pkt 1b. <i>zakaz sytuowania reklam na ścianach budynków posiadających okna,</i>            W przypadku budynków o dużych powierzchniach ścian reklamy zlokalizowane są w różny sposób ponad oknami ostatniej kondygnacji lub na ścianie obok okien klatek schodowych z wykluczeniem oczywiście zasłaniania okien. Aktualny zapis wyklucza w ogóle tego typu reklamy.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:            Brak uwagi, opinii i propozycji zmian. Nie jest możliwe stwierdzenie intencji autora.</p>		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

1.4	Uwaga dot. § 14 pkt 1 lit. c	Treść: § 14 pkt 1c Zapis proponowany wyklucza reklamy sytuowane np. na terenach wokół dużych rond, gdzie istniejące reklamy wolnostojące oprócz istniejącej zieleni ograniczają hałas, kurz zwłaszcza, iż w niektórych przypadkach ulice te stanowią mocno obciążane komunikacyjnie trasy wylotowe z miasta.
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Istniejąca roślinność pełni funkcję izolacyjną w tak dużym stopniu (jest to potwierdzone naukowo), że nie są potrzebne do tego inne obiekty. Ponad to stwierdzenie, że reklamy wolnostojące ograniczają hałas i kurz jest wysoko wątpliwe.		
1.5	Uwaga dot. § 14 pkt 1 lit. e	Treść: § 14 pkt 1e. Zapis mało precyzyjny. Czy nieruchomość gruntowa w części wykorzystywana na działalność reklamową, lub budynek mieszkalny z umieszczoną reklamą stanowi nieruchomość, na której prowadzona jest działalność gospodarcza? Oczywiście odprowadzane są z tytułu prowadzonej działalności obciążenia podatkowe. Czy proponowane zapisy odnoszą się do również do budynków mieszkalnych, na których elewacjach umieszczono namalowane logo firm np. ANTCZAK, BIG-STAR, TONTOR, CASTORAMA itp.? Jeżeli kryteria zawarte w projekcie będą dotyczyły zarówno ww. sytuacji, firmy te i inne będą musiały przemalować istniejące elewacje budynków. Proponuje się pozostawienie istniejących na elewacjach LOGO firm, które były zgłaszane w momencie ich realizacji.
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja działalności gospodarczej znajduje się m.in. w ustawie z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1387 z późn. zm.). Definicja tablicy reklamowej znajduje się w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Na nieruchomościach, gdzie jest prowadzona działalność, nie trzeba usuwać tablic reklamowych będących szyldami.		
1.6	Uwaga dot. § 2 ust. 2.	Treść: Ponadto należy sprawdzić opis granic stref ponieważ występują błędy np. w strefie A powołano się na działkę 17/20 (obręb 26B), która w ewidencji gruntów nie istnieje.
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Poprawiono numer działki na 17/23 (obręb 26B). Pozostałe granice opisano poprawnie.		
2. Agencja reklamowa 1		
2.1	Uwaga dot. -	Treść: Brak uwag i opinii oraz propozycji zmian, odpowiedzi na pytania poniżej.
3. Agencja reklamowa 2		
3.1	Uwaga ogólna	Treść: Chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej która w

		<p>mocnym stopniu przyczyni się do braku pracy dla podmiotu gospodarczego który prowadzę a w 100 % zajmuję się wyklejaniem tablic reklamowych typu Billboard na terenie miasta Kalisza . jest to dla mnie jaki i dla moich pracowników jedyne źródło utrzymania</p> <p>Miały się odbyć konsultacje i chcieliśmy ten postulat omówić bo pytań w tym zakresie nasuwa się bardzo dużo.</p> <p>Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna i jeszcze perspektywa w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalna.</p> <p>Liczyliśmy, iż miasto będzie firmy lokalne z różnych branż wspierać po obecnie panującej sytuacji , ale widzimy że spodziewamy się ze strony miast jeszcze gorszych dla nas perspektyw.</p> <p>Wiadomo że za nami stoją inne podmioty które ta pracę nam zlecają – takie jak Drukarnie , firm montażowych , właściciel gruntów ,wspólnoty mieszkaniowe , spółdzielnia mieszkaniowe , właściciele konstrukcji reklamowych, oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych .</p> <p>Za tymi działaniami kryją się ludzie i miejsca pracy, oraz ich rodziny itp.</p> <p>Mam pytania</p> <p>Czy miasto przewiduje jakieś wsparcie finansowe ? odszkodowanie lub stałe wynagrodzenie po wejściu tej ustawy ? w jakiej kwocie i przez jaki okres ? co ze spłatą kredytów i leasingów które są zaciągnięte przez nas na działalność ? nadmienię że nie jesteśmy grupą osób chcąc korzystać z zasiłków Państwa</p> <p>ja o tej uchwale dowiedziałem się przez przypadek ,dlatego się do tego odnoszę wiadomo nikt w tych czas nie śledzi tak dokładnie informacji urzędowych w innych zakresach niż obecna sytuacja zdrowotna i gospodarcza która nas bardzo mocno na ten moment dotyczą.</p> <p>Czy miasto też całkowicie będzie rezygnowało z formy przekazu dla mieszkańców i imprezach sportowych klubów sportowych itp. a tych wydarzeń w mieście jest sporo , czy te imprezy pod kontem promocyjnym oraz komercyjnym są dla miasta nie istotne ?</p> <p>w jakiej formie będzie docierał przekaz do mieszkańców jeżeli grono osób jest jeszcze nie przyzwyczajonych i przygotowanych do innych mediów ?</p> <p>Firmą które działają na rynku lokalnym i z tego typu przekazu korzystają będzie z wiadomych względów spadać sprzedaż ? A rozwój miasta jest przecież łańcuchem czynników powiązanych</p> <p>Czy miasto uwzględnia tego typu straty w swoim budżecie ? co za tym idzie brak wpływ z w/w firm w formie podatków ? nie jedna firma lub starsza osoba wynajmując miejcie pod reklamę mocno się cieszy w wpływów które docierają do niej w</p>
--	--	---



**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>formie pośredniej od reklamodawców .                  znowu kolejna grupa osób zostanie pozbawiona wpływów finansowych – i wiadomo dotyczy to firm i mieszkańców miasta Kalisza ?                  czy Urząd Miasta będzie w stanie takie wpływy im zagwarantować ?                  czy raczej po obecnej sytuacji dociąży jeszcze mieszkańców i podniesie właścicielom podatki żeby ratować budżet miejski ?                  pytań nasuwa się coraz więcej bardzo proszę w imieniu swoim oraz moich pracowników o odpowiedź na w/w kwestie                  liczymy na szersze spojrzenie władz miasta na ten problem a nie planowanie bez szerszej konsultacji wprowadzić bez wiedzy poszczególnych podmiotów i firm działalności tą uchwałę w życie                  na ten moment życząc przede wszystkim zdrowia</p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Przepisy uchwały nie likwidują możliwości sytuowania reklam, mają na celu uregulowanie tej kwestii. Ze względu na liczne uwagi dotyczące terminu dostosowania, zważywszy na obecną trudną sytuację gospodarczą, postanowiono go wydłużyć (§ 7 ust. 2). Konsultacje odbyły się bez zmian, autor uwagi wziął w nich udział poprzez formularz elektroniczny. Informacja o konsultacjach została umieszczona na stronach internetowych Urzędu Miasta, w mediach społecznościowych i lokalnej prasie. W treści uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac nad projektem. Przepisy dotyczące reklamy okolicznościowej związanej z trwaniem imprez kulturalnych lub sportowych znajdują się w § 17 projektu uchwały.</p>		
<p>4. Inny podmiot</p>		
<p>4.1</p>	<p>Uwaga ogólna</p>	<p>Treść:  <i>Szanowni Państwo,</i>                  Działając w imieniu Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Reklamy Wielkoformatowej, (dalej: OIGRW lub Izba), na podstawie udzielonego pełnomocnictwa (w załączeniu) w związku z zaprezentowaniem projektu zapisów do uchwały krajobrazowej Miasta Kalisza i trwającym okresem konsultacyjnym niniejszym przedkładam stanowisko Izby dotyczące powyższego projektu, wnosząc o jego uwzględnienie w dalszych pracach nad uchwałą.                  Ogólnopolska Izba Gospodarcza Reklamy Wielkoformatowej zrzesza przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie reklamy wielkoformatowej, zaś jej celem statutowym jest między innymi uczestnictwo we wszelkich pracach legislacyjnych związanych z problematyką reklamy, krajobrazu oraz innych dotyczących branży reklamowej. Cele te są realizowane między innymi poprzez uczestnictwo w procesie opracowywania i wdrażania rozwiązań prawnych dotyczących reklamy wielkoformatowej podejmowanych na poziomie samorządów w formie aktów prawa miejscowego. OIGRW (w tym czasie występująca jeszcze pod nazwą Izba Gospodarcza Reklamy Wielkoformatowej (IGRW)) brała również aktywny udział w procesie prac nad ustawą krajobrazową , nie tylko wyrażając</p>

		<p>swoje stanowisko wobec planowanych regulacji, ale także przedkładając własne propozycje zapisów w ustawie, jak również postulując wprowadzenie zmian do prezydenckiego projektu ustawy. Aktywność ta była powodowana przede wszystkim przekonaniem, że reklama wielkoformatowa może być wykorzystana jako instrument ochrony krajobrazu i polepszenia jego stanu w sposób zbieżny z celami ustawy. Wymaga to jednak przemyślanych oraz rozważnych rozwiązań legislacyjnych. Dotychczas Izba prezentowała również swoje stanowisko i propozycje takich rozwiązań w związku z pracami nad przygotowaniem uchwał krajobrazowych m.in. w Warszawie, Łodzi, Poznaniu, Katowicach, Krakowie, Wrocławiu, Gdańsku, Sopocie i Kielcach.</p> <p><b>Regulacje zawarte w projekcie uchwały krajobrazowej Miasta Kalisza będą miały zasadniczy wpływ na sytuację Członków Izby i prowadzoną przez nich działalność gospodarczą. W związku z powyższym Izba przedkłada niniejsze stanowisko, wnosząc o jego uwzględnienie w toku dalszych prac nad projektem uchwały.</b></p> <p>Na wstępie podkreślić należy, że 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:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ochrony prawa własności,</b></li> <li><b>2. ochrony praw nabytych,</b></li> <li><b>3. niedziałania prawa wstecz.</b></li> </ol> <p><u>Mając na uwadze powyższe w ocenie Izby na etapie przygotowania zapisów uchwały krajobrazowej powinny w szczególności być wzięte pod uwagę następujące uwarunkowania.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. <u>Ochrona prawa własności.</u></b></li> </ol> <p>Jedną z naczelných 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.</p> <p>Biorąc pod uwagę obecne zapisy 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 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.</p> <p>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</p>
--	--	---

		<p>udostępniania nieruchomości na cele reklamowe.</p> <p>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.</p> <p><b>2. <u>Ochrona praw nabytych.</u></b></p> <p>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.</p> <p><b><u>Rozwiązanie takie godzi w sposób jaskrawy i oczywisty w konstytucyjną zasadę ochrony praw nabytych, wywodzoną z kolei z zasady demokratycznego państwa prawnego określonej w art. 2 Konstytucji RP.</u></b> 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. <b>Z rozstrzygnięciami tymi wiążą się określone uprawnienia, które nie powinny być następnie przez organy państwa arbitralnie kwestionowane i negowane.</b> <u>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.</u></p> <p>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</p>
--	--	--

		<p>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. <b>Brak poszanowania praw nabytych na podstawie wyżej wspomnianych 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.</b></p> <p>Przy czym nie łagodzi powyższego wprowadzenie w uchwale tzw. okresów przejściowych na dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych do jej zapisów. W ocenie Izby optymalnym rozwiązaniem byłoby przede wszystkim uwzględnienie w uchwale uprawnień wynikających z wydanych przed jej wejściem w życie ostatecznych decyzji o pozwoleniu na budowę lub skutecznie dokonanych zgłoszeń robót budowlanych.</p> <p>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 oraz utratą korzyści związanych z ekspozycją reklamy. <b>W związku z powyższym zasadne byłoby uwzględnienie w uchwale mechanizmu odszkodowawczego dla przedsiębiorców, którzy zmuszeni będą do poniesienia konsekwencji wejścia uchwały w życie.</b> Skutki ekonomiczne wprowadzenia regulacji prawnej nie powinny być bowiem w całości przerzucone na działających zgodnie z przepisami prawa przedsiębiorców.</p> <p>Niezależnie od powyższego w każdym wypadku opracowanie rozwiązań dotyczących obecności reklamy w przestrzeni publicznej powinno być poprzedzone <b>stosownymi analizami skutków ekonomicznych</b>, jakie dane rozwiązania prawne będą powodowały dla legalnie działających na rynku przedsiębiorców, w szczególności uwzględnienie, że zbyt restrykcyjne regulacje prowadzą do ograniczenia możliwości prowadzenia przez nich działalności gospodarczej oraz negatywnie oddziałują również na szereg innych podmiotów współpracujących z nimi- np. przy bieżącej obsłudze i konserwacji nośników reklamowych.</p> <p><b>3. Zasada niedziałania prawa wstecz.</b></p> <p>Wprowadzenie obowiązku dostosowania legalnie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwał krajobrazowych <b>stoi w oczywistej sprzeczności z jedną z</b></p>
--	--	---

		<p>podstawowych zasad porządku prawnego, jaką jest niedziałanie prawa wstecz.</p> <p>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 uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie wynikającym z projektu 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 umieszczenia, 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: <i>„Zasada niedziałania prawa wstecz, chociaż nie została wprost wyrażona w Konstytucji, stanowi w państwie podstawową zasadę porządku prawnego, opartego na założeniu, że <b>każdy przepis normuje przyszłość, nie zaś przeszłość</b>”.</i></p> <p>Pominięty został również problem kosztów dostosowania się adresatów uchwały krajobrazowej do jej zapisów. Przypomnieć trzeba, że obowiązek ten może dotyczyć nie tylko dużych firm reklamowych, czy właścicieli nieruchomości, ale również drobnych przedsiębiorców, którzy informują o prowadzonej przez siebie działalności wywieszając szyldy. Jak wspomniano wyżej w większości wypadków „dostosowanie” będzie się wiązało z całkowitym usunięciem nośnika reklamowego. Tym niemniej w tych wypadkach, gdzie możliwe będzie dokonanie w nim takich modyfikacji, aby był zgodny z uchwałą koszty tego będą ponosić właściciele tablic i urządzeń reklamowych lub właściciele nieruchomości, na których zostały one usytuowane.</p> <p>Na wagę powyższych zagadnień zwrócił uwagę Naczelny Sąd Administracyjny, który postanowieniem z dnia 6 czerwca 2019 roku (sygn. akt: II OSK 166/18), zwrócił się do Trybunału Konstytucyjnego z pytaniem prawnym: <i>„Czy art. 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 w życie, 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.)”.</i></p>
--	--	--

		<p>NSA podkreślił, że istoty uznania danego urządzenia reklamowego za niedozwolone w danym miejscu, nawet jeśli zostało wcześniej umieszczone zgodnie z prawem, wynikają takie ograniczenia dla właściciela tego urządzenia które ingerują bezpośrednio w „rdzeń” prawa własności, powodując w istocie skutek równoważny z wywłaszczeniem. <b>Wywłaszczenie zaś zgodnie z art. 21 ust. 2 Konstytucji powinno przecież następować za słusznym odszkodowaniem.</b></p> <p>Przy czym szczególnie należy podkreślić, że NSA w uzasadnieniu powyższego postanowienia zwrócił uwagę, że: <i>„Generalną zasadą polskiego prawa zagospodarowania przestrzeni jest zatem trwałość udzielonych zgód budowlanych bez względu na późniejsze zmiany przeznaczenia planistycznego nieruchomości.”</i> Zdaniem Izby zasada ta powinna zostać również uwzględniona w przepisach uchwał krajobrazowych. Obecnie sprawa ta oczekuje na rozstrzygnięcie przez Trybunał Konstytucyjny, została zarejestrowana pod sygnaturą P 20/19.</p> <p><b>W udostępnionym projekcie uchwały krajobrazowej dla Miasta Kalisza znajduje się § 7 ust. 1 określający termin na dostosowanie do zapisów uchwały istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w wymiarze 24 miesięcy od daty wejścia w życie uchwały krajobrazowej. W niektórych przewidzianych w projekcie wypadkach dla poszczególnych kategorii tablic i urządzeń reklamowych termin te ulega jeszcze modyfikacjom na mocy § 7 ust. 2. ust. 3 i ust. 4.</b></p> <p>Zasadą wynikającą z powyższych zapisów projektu jest jednak obowiązek dostosowania do wymogów uchwały reklam istniejących w dniu jej wejścia w życie niezależnie od tego, czy zostały one umieszczone zgodnie z przepisami prawa ( a więc na mocy stosownego zgłoszenia budowlanego lub na mocy pozwolenia na budowę), czy też nie.</p> <p>Nie można pominąć, że na obszarze Kalisza znakomita większość reklam usytuowanych w przestrzeni publicznej to reklamy posadowione bez zachowania koniecznych procedur, a więc nielegalne. Szacunkowo jest to około 80% wszystkich reklam. W odróżnieniu od tablic i urządzeń reklamowych, które podlegały przed ich usytuowaniem w przestrzeni ocenie stosownych organów, czy to w toku postępowania o udzielenie pozwolenia na budowę, czy też w formie akceptacji dokonanego zgłoszenia robót budowlanych, reklamy nielegalne sytuowane były częstokroć całkowicie samowolnie, bez spełnienia standardów jakościowych, w sposób przypadkowy i nieskoordynowany, tworząc nierzadko tzw. szum reklamowy, który w sposób zasadniczy obniża przecież skuteczność przekazu reklamowego, w tym realizowanego przez działających zgodnie z prawem przedsiębiorców.</p> <p>Z punktu widzenia więc celów określonych w projekcie uchwały krajobrazowej, a szczególnie ochrony ładu przestrzennego i jego prawidłowego kształtowania w</p>
--	--	---

		<p>zabytkowej przestrzeni Miasta, poprawy estetyki, wprowadzania dobrych praktyk i opanowania chaosu reklamowego na terenie Miasta uzasadnionym i wystarczającym byłoby przyjęcie rozwiązań eliminujących z przestrzeni publicznej reklamę nielegalną, przy jednoczesnym pozostawieniu możliwości dalszego istnienia reklam umieszczonych w tej przestrzeni zgodnie z przepisami prawa- na podstawie skutecznie dokonanych zgłoszeń robót budowlanych i pozwoleń na budowę, o co Izba niniejszym wnosi.</p> <p>W pełni prawidłowym byłoby więc zdaniem izby jedynie takie rozwiązanie zgodnie z którym zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych określone w uchwale krajobrazowej odnosiły się będą do tablic i urządzeń sytuowanych po dniu wejścia w życie wspomnianej uchwały, bez ingerencji w treść wydanych wcześniej rozstrzygnięć administracyjnych.</p> <p>Reasumując- Izba stoi na stanowisku, że zaprezentowane propozycje zapisów w uchwale krajobrazowej w zakresie obowiązku dostosowania wymagają gruntownej weryfikacji. Opracowanie projektu uchwały krajobrazowej wymaga w ocenie Izby dalszych rozległych konsultacji, w szczególności z udziałem środowisk zainteresowanych – w tym przedsiębiorców z branży reklamowej. Przedkładając powyższe uwagi Izba wyraża nadzieję, że spotkają się one z Państwa zainteresowaniem.</p> <p><u>Jednocześnie Izba deklaruje chęć aktywnego uczestnictwa i współpracy w dalszych pracach prowadzonych nad planowaną uchwałą i będzie na bieżąco reagować w przypadku każdej możliwości współpracy, czy to w postaci pism, czy uczestnictwa w spotkaniach czy konsultacjach.</u></p> <p><i>W powyższych kwestiach uprzejmie prosimy o kontakt z Izbą, wskazując jednocześnie dane do kontaktu Członka Rady Izby – Pana (...): tel. (...)</i></p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Powyższe kwestie będzie badał organ nadzoru jakim jest Wojewoda Wielkopolski, zgodnie z procedurą uchwalania uchwały krajobrazowej zawartą w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293), [na mocy której gminy mają możliwość ustalenia zasad w postaci aktu prawa miejscowego] . Trybunał Konstytucyjny nie wydał rozstrzygnięcia, więc prace nad uchwałą są kontynuowane.</p>		
<p>5. Przedsiębiorca</p>		
<p>5.1</p>	<p>Uwaga dot. § 11 ust. 1 pkt 3)</p>	<p>Treść:                  § 11 ust. 1 pkt 3)                  Wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D nie więcej niż 20 szyldów w formie wolnostojącej na danej nieruchomości (także w przypadku, gdy wszystkie te szyldy będą szyldami tego samego podmiotu) – nieruchomości, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, mają duże powierzchnie i zwykle są użytkowane przez jeden podmiot (właściciela obiektu handlowego) – wszystkie wstawione na tej nieruchomości nośniki reklamowe są szyldami tego podmiotu (w</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym) – w tej sytuacji ograniczenie liczby wolnostojących szyldów jednego podmiotu do 5 nie ma uzasadnienia i jest krzywdzące dla właścicieli nieruchomości (gdyby na nieruchomości o tym samym obszarze prowadziło działalność np. 10 podmiotów, to zgodnie z projektem uchwały dopuszczalne byłoby umieszczenie nawet 50 wolnostojących szyldów)
<p>Rozstrzygnięcie:                  Uwaga rozpatrzona negatywnie. W przypadku, gdy na nieruchomości o tym samym obszarze prowadziłyby działalność 10 podmiotów, to zgodnie z proponowaną zmianą dopuszczalne byłoby umieszczenie 200 wolnostojących szyldów. Ograniczenie liczby szyldów nie jest krzywdzące dla właścicieli nieruchomości, ponieważ dla wszystkich dopuszcza się tę samą ich liczbę. Dopuszczone szyldy wolnostojące oraz dodatkowe szyldy na budynku w rozmiarach większych w stosunku do innych stref /strefa D/ uznaje się za w pełni wystarczające do zareklamowania działalności.</p>		
5.2	Uwaga dot. § 13 pkt 2) lit. a)	<p>Treść:                  § 13 pkt 2) ppkt a) uchwały                  Wnoszę o dopuszczenie w obszarze (strefie) D na szybach witryny budynku będącego wielkopowierzchniowym obiektem handlowym szyldu w postaci naklejki z ograniczeniem gabarytu maksymalnie do 20 % powierzchni przeszklenia tej witryny – dotychczasowy limit 25 % jest zbyt niski w przypadku naklejek na witrynach o bardzo dużych powierzchniach.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Uwaga rozpatrzona negatywnie. Witryny mają przede wszystkim funkcję wystawienniczą, służącą wyeksponowaniu asortymentu.</p>		
5.3	Uwaga dot. § 13 pkt 5) lit. b) § 4 ust. 1 pkt 24)	<p>Treść:                  § 13 pkt 5) ppkt b) uchwały, § 4 pkt 24 uchwały                  Wnoszę o dopuszczenie w obszarze (strefie) D na wielkopowierzchniowych obiektach handlowych dodatkowo (niezależnie od obecnych regulacji) nie więcej niż 4 szyldów (w tym podświetlanych od środka/od wewnątrz) w formie liter przestrzennych o powierzchni maksymalnej do 60m<sup>2</sup>, a w związku z tym wnoszę o odpowiednią zmianę § 4 pkt 24) uchwały dotyczącego zasady zachowania proporcjonalności szyldów (dla obiektów o wysokości do 12 m) – postanowienia uchwały nie uwzględniają specyfiki wielkopowierzchniowych obiektów handlowych takich jak obiekt (...), ze względu na duże powierzchnie elewacji umieszczane na nich szyldy w formie liter przestrzennych znacznie przekraczają 18 m<sup>2</sup>, a jednocześnie są one architektonicznie i elastycznie wkomponowane w ścianę budynku (stanowią element architektoniczny uwzględniany w projekcie zatwierdzanym pozwoleniem na budowę); szyldy w formie liter przestrzennych są elementem wyróżniającym obiekty (...) w całej Polsce, identyfikującym (...) jako przedsiębiorcę, większość takich szyldów zawiera logo (...) – w przypadku, gdyby wniosek nie został uwzględniony, wnoszę o wprowadzenie do uchwały przepisu zezwalającego na pozostawienie szyldów tego rodzaju także po upływie okresu dostosowawczego,</p>



**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		względnie na wydłużenie okresu dostosowawczego do upływu okresu amortyzacji tych szyldów, jednak na okres nie krótszy niż 10 lat.
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Wprowadzono zapis zwalniający dla wielkopowierzchniowych obiektów dot. max. rozmiaru szyldu równoległego w strefie D. Uchwała nie uniemożliwia reklamowania się, lecz reguluje te kwestie. Zapis określający zasady proporcji dotyczy szyldów sytuowanych na dachach budynków we wszystkich obszarach a nie szyldów równoległych sytuowanych na elewacjach budynków.</p>		
5.4	Uwaga dot. § 13 pkt 13) lit. b) tiret 3	Treść: § 13 pkt 13) ppkt b) tiret 3 uchwały wnoszę o potwierdzenie, że w przypadku billboardów o dwóch powierzchniach wymóg zachowania maksymalnej powierzchni billboardu (18 m <sup>2</sup> ) dotyczy jednej powierzchni (dopuszczalny jest billboard, którego żadna z dwóch powierzchni nie przekracza 18 m <sup>2</sup> )
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Przepis doprecyzowano - wskazany wymiar dotyczy jednej powierzchni billboardu.</p>		
5.5	Uwaga dot. § 13 pkt 13)	Treść: § 13 pkt 13) w związku z § 4 ust. 1 pkt 20 uchwały wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, totemów o maksymalnej wysokości 25 metrów, przy czym dopuszczenie na każdym totemie sytuowania łącznie nie więcej niż 6 tablic reklamowych będących szyldami, na nie więcej niż 2 dwóch poziomach (trzy tablice skierowane w różnych kierunkach na każdym poziomie), przy czym dodatkowo wnoszę o rezygnację w definicji totemu z wymogu, aby forma przestrzenna służąca ekspozycji reklamy była minimum trzykrotnie szersza niż szerokość konstrukcji, na której jest ona umieszczona – względnie taką modyfikację tego wymogu, aby uwzględnił on przypadki, gdy tablica reklamowa (forma przestrzenna służąca ekspozycji reklamy) jest umieszczona na trzech słupach – nieuwzględnienie w projekcie uchwały takich szyldów stanowi lukę, gdyż dopuszczenie totemów o powyższych parametrach jako formy informowania o działalności przedsiębiorców prowadzących działalność w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych jest powszechne i usprawiedliwione usytuowaniem takich obiektów – w szczególności dopuszczenie wnioskowanej wysokości totemu jest wymagane dla zachowania widoczności umieszczonych na nim tablic reklamowych, dodatkowo totemy są budowane na podstawie pozwolenia na budowę – w przypadku, gdyby wniosek nie został uwzględniony, wnoszę o wprowadzenie do uchwały przepisu zezwalającego na pozostawienie szyldów tego rodzaju także po upływie okresu dostosowawczego, względnie na wydłużenie okresu dostosowawczego do upływu okresu amortyzacji tych szyldów, jednak na okres nie krótszy niż 10 lat.

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Przedsiębiorca może wykorzystać formę pylonu. Doprecyzowano ilość dopuszczonych ekspozycji w definicji pylonu. Totem nie jest urządzeniem reklamowym, na którym umieszcza się tablice reklamowe na dwóch poziomach. Ze względu na liczne uwagi dotyczące terminu dostosowania, zważywszy na obecną trudną sytuację gospodarczą, postanowiono go wydłużyć [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
5.6	Uwaga dot. § 13 pkt 13)	<p>Treść: § 13 pkt 13) uchwały wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe urządzeń reklamowych w postaci masztów flagowych – w liczbie 10 sztuk, przy zachowaniu następujących parametrów – wysokość masztu nie większa niż 12 m, powierzchnia flagi nie większa niż 6 m<sup>2</sup>, urządzenie reklamowe w formie masztów flagowych są powszechnie dopuszczane na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe (także w gminach, w których zostały podjęte uchwały krajobrazowe), wnioskowane parametry (liczba, wysokość, powierzchnia flagi) są standardowe dla urządzeń reklamowych tego rodzaju, a jednocześnie zapewniają wymagana widoczność flagi- w przypadku, gdyby wniosek nie został uwzględniony, wnoszę o wprowadzenie do uchwały przepisu zezwalającego na pozostawienie szyldów tego rodzaju także po upływie okresu dostosowawczego, względnie na wydłużenie okresu dostosowawczego do upływu okresu amortyzacji tych szyldów, jednak na okres nie krótszy niż 10 lat.</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Wprowadzono zapis zwalniający dla wielkopowierzchniowych obiektów dot. max. rozmiaru szyldu równoległego w strefie D. Dodatkowo można sytuować inne reklamy wolnostojące. Ze względu na liczne uwagi dotyczące terminu dostosowania, zważywszy na obecną trudną sytuację gospodarczą, postanowiono go wydłużyć [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
6. Agencja reklamowa 3		
6.1	Uwaga dot. §4 ust.1 pkt 3)	<p>Treść: §13.4, §4.1.3 Zgodnie z upoważnieniem ustawowym uchwała może regulować kwestii materiałów z jakich są wykonane szyldy, definicja gabloty wskazuje materiał z jakiego jest wykonany szyld.</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zastosowane definicje mają na celu wskazać różnice między rodzajami tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, opisać ich cechy. W uchwałach krajobrazowych innych miast, w tym obowiązujących, są takie zapisy w definicjach i nie zostało to podważone. Nie można narzucać materiału w treści, w rozdziale o zasadach i warunkach dotyczących szyldów.</p>		
6.2	Uwaga dot. §4 ust.1	<p>Treść: §14.1g §15.1 Uchwała musi być zgodna z ZTP, użyte sformułowania nie mogą</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		być wieloznaczne. Przykładem jest sformułowanie „znaczący detal architektoniczny”, lub sposób oceny „złego stanu technicznego”
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Doprecyzowano definicję detalu. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Określenie nieodpowiedni stan techniczny jest stosowany w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1186 z późn. zm.) i w ten sam sposób należy go rozumieć.</p>		
6.3	Uwaga dot. §14 pkt 5)	<p>Treść: §14.5 Uchwała musi być użyteczna, tylko wtedy ma sens. Dotyczy to np. formatów reklam, które są dostosowane do charakteru drogi i prędkości poruszania się. Stawianie małych reklam przy szerokiej drodze z dopuszczalną większą prędkością jest pozbawione sensu, gdyż odbiorca nie ma możliwości zapoznania się z przekazem reklamowym. Dlatego opierając się na standardowych formatach proponuję określić maksymalne formaty 48 m<sup>2</sup> dla strefy D, 18 m<sup>2</sup> dla strefy C.</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Większość obszaru miasta to tereny zabudowane z ograniczoną dopuszczoną prędkością, dlatego nie przewiduje się reklam adresowanych do kierowców poruszających się z prędkością większą niż dozwolona.</p>		
6.4	Uwaga dot. §16	<p>Treść: §16 Uchwała nie może zawierać błędów logicznych. Skoro definiujemy dla tablic i urządzeń reklamowych materiały z których mogą być wykonane to nie możemy definiować innych materiałów dla powierzchni ekspozycyjnych które są częścią lub całością tablicy lub urządzenia reklamowego.</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Można odrębnie wyszczególnić materiały dla powierzchni ekspozycyjnych i materiały, z których mogą być wykonane tablice i urządzenia reklamowe.</p>		
6.5	Uwaga dot. §9	<p>Treść: §8 Warunkom dostosowania bez wypłaty odszkodowania nie mogą podlegać tablice i urządzenia reklamowe, które zostały ustawione na podstawie prawomocnych decyzji administracyjnych. Ochrona praw nabytych jest zabezpieczona w Konstytucji RP. Obecnie w trybunale Konstytucyjnym znajduje się zapytanie dotyczące tej kwestii</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Powyższe kwestie będzie badał organ nadzoru jakim jest Wojewoda Wielkopolski, zgodnie z procedurą uchwalania uchwały krajobrazowej zawartą w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293).[ na mocy której gminy mają możliwość ustalenia zasad w postaci aktu prawa miejscowego]. Trybunał Konstytucyjny nie wydał rozstrzygnięcia, więc prace nad uchwałą są kontynuowane.</p>		
7. Osoba prywatna 1		
7.1	Uwaga dot.	Treść:

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

	§4 ust.1 pkt 10)	§4.1.10) Zmiana pojęcia ogródek gastronomiczny. W obecnym słowniku mamy wskazane, że jest to obiekt sezonowy, podczas gdy pojawiają się ogródki całoroczne. Proponowana zmiana – ogródka gastronomicznym – należy przez to rozumieć wyznaczone w przestrzeni publicznej miejsca dopuszczone do użytkowania dla celów gastronomicznych. Alternatywą jest dodanie pojęcia ogródka gastronomicznego całorocznego;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Doprecyzowano zapis.		
7.2	Uwaga dot. §4 ust.1	Treść: §4.1. Dodanie pojęcia – mural reklamowy – tablica reklamowa wykonana technikami plastycznymi bezpośrednio na ścianie obiektu budowlanego. Atrakcyjna forma reklamy, możliwość wzorowania na starych reklamach i zachowanie starych reklam muralowych;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja tablicy reklamowej znajduje się w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) i nie można jej modyfikować. W § 11 ust. 2 dopuszcza się dodatkowe szyldy będące odtworzeniem szyldów sytuowanych przed 1989 r., w szczególności neony, ponad liczbę określoną w ust. 1, sytuowanych w oryginalnych miejscach i gabarytach.		
7.3	Uwaga dot. §4 ust.1	Treść: §4.1 Propozycja dodania pojęcia – kiosk uliczny. Proponowana definicja – wolnostojący handlowy tymczasowy obiekt budowlany o powierzchni użytkowej nie większej niż ... m <sup>2</sup> , przeznaczony do sprzedaży detalicznej drobnych przedmiotów codziennego użytku, w szczególności prasy, biletów transportu zbiorowego, losów loteryjnych, kwiatów, pamiątek, małej gastronomii itp.;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja tymczasowego obiektu budowlanego znajduje się w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1186 z późn. zm.).		
7.4	Uwaga dot. §4 ust.1	Treść: §4.1 Propozycja dodania pojęcia straganu czasowego/okazjonalnego – kramu – przenośne miejsce handlu np. na targowisku. Przy okazji imprez organizowanych przez miasto czy inne podmioty, miasto może wypożyczać jednolite stragany zgodne z uchwałą;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja tymczasowego obiektu budowlanego znajduje się w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1186 z późn. zm.). Ponadto ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) nie przewiduje regulowania takiego zagadnienia poprzez uchwałę krajobrazową. Pomysł jest dobry i zostanie rozpatrzony w toku prac nad innymi		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

dokumentami.		
7.5	Uwaga dot. §4 ust.1	Treść: §4.1 Proponuję dodanie w słowniku następującego terminu – zasada spójności kolorystyki elementu reklamowego i małej architektury z kolorystyką elewacji zatwierdzoną dla obiektów budowlanych w danym obszarze. Jest to istotny element z punktu widzenia kolorystyki, tak aby reklamy nie były zbyt wyzywające w szczególności dla obszaru A i B. Dobrym przykładem jest logo sklepu Biedronka na Koszarach Godebskiego, reklama jest stonowana i współgra z obiektem;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zgodnie z ustawą z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) nie można umieszczać w uchwale krajobrazowej przepisów dotyczących materiałów budowlanych i kolorystyki szyldów jako standardu jakościowego.		
7.6	Uwaga dot. §13 pkt 13)	Treść: §13.13) „dla szyldów wolnostojących w formie trwale związanej z gruntem dopuszcza się” - w mojej ocenie powinno tu być dopisane „wyłącznie w obszarach” , jak w 5). Na marginesie usunąłbym z tego punktu obszar B i C. Ostateczna wersja - „dla szyldów wolnostojących w formie trwale związanej z gruntem wyłącznie w obszarze D dopuszcza się: „. Brak w punkcie 13) wzmianki o A, można sugerować, że w tym mogą być billboardy itp. Propozycja wskazania wprost;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Doprecyzowano zapis. Proponowany zapis usunięcia dwóch stref z przepisu wykluczyłby możliwość umieszczenia szyldu w ogóle, w przypadku braku możliwości umieszczenia go na elewacji budynku.		
7.7	Uwaga dot. §14 pkt 6) lit. c)	Treść: §14.6)c) - proponuje usunięcie możliwości sytuowania billboardów na terenie obszaru C. Miasto powinno w dalszej perspektywie usuwać tego typu chaos reklamowy, który faktycznie nie pełni żadnej funkcji. Przykładem jest chaos billboardowy przy Rondzie Westerplatte;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. W toku niniejszych konsultacji powiększono obszar A i w związku z tym również obostrzenia na tym terenie. Chaos reklamowy dodatkowo jest regulowany przepisem §14 pkt 1) lit. c).		
7.8	Uwaga dot. §9 ust. 2	Treść: §9.2 – punkt ten jest mało czytelny. Nie wynika z niego wprost jakie intencje ma pomysłodawca/uchwałodawca. Przepisy muszą być jasne, ten przepis taki nie jest. Wymaga preredagowania po wcześniejszym przedstawieniu intencji pomysłodawcy;
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Przepis jest czytelny, ale należy zapoznać się z definicją Systemu Informacji Miejskiej zawartą w §4 ust. 1 pkt 16) oraz §14 pkt 1) lit. k). Dopisano odniesienie do zacytowanego przepisu.		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

7.9	Uwaga dot. §18 pkt 1)	<p>Treść: §18.1)</p> <p>- proponuje zwiększenie szerokości do 2,0 m i dopisanie „zgodnych z wytycznymi zawartymi w zarządzeniu Prezydenta Miasta Kalisza nr 132/2017 z dnia 24 lutego 2017 r. zmieniające zarządzenie w sprawie wprowadzenia „Standardów dla projektantów, wykonawców i zarządców infrastruktury dla pieszych”.</p> <p>Nowe brzmienie §18.1) – we wszystkich obszarach nakazuje się zapewnienie bezpieczeństwa użytkownika i nieograniczonego przemieszczania się osób z niepełnosprawnością, poprzez zachowanie ciągłości komunikacyjnego o szerokości minimum 2,0 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się, zgodnych z wytycznymi zawartymi w zarządzeniu Prezydenta Miasta Kalisza nr 132/2017 z dnia 24 lutego 2017 r. zmieniające zarządzenie w sprawie wprowadzenia „Standardów dla projektantów, wykonawców i zarządców infrastruktury dla pieszych”. Propozycja ta jest uzasadniona faktem, że przeciętny wózek inwalidzki jest szerokości 0,75 m, a co za tym idzie w celu swobodnego wyminięcia dwóch wózków potrzeba szerszego pasa. Nadto w przypadku parkowania pojazdów (częściowego czy całkowitego) na chodniku, doświadczenie życiowe pozwala uznać, iż kierowcy przekraczają dopuszczalny pas postoju, co automatycznie zwęża pas ruchu dla pieszych, w szczególności osób niepełnosprawnych.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:</p> <p>Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 283) wskazuje w §118 w związku z §143, że w uchwale nie powtarza się przepisów innych aktów normatywnych. Można za to zwiększyć wskazaną szerokość bez cytowania Zarządzenia Prezydenta Miasta. W wyniku uwzględnienia innej uwagi, w toku niniejszych konsultacji, zapis zmieniono usuwając min. szerokość.</p>		
8. Agencja reklamowa 4		
8.1	Uwaga ogólna	<p>Treść:</p> <p>W myśl art. 101 ust. 1 <i>Ustawy o samorządzie gminnym</i> (dalej u.s.g), każdy, czyj interes prawny lub uprawnienie zostały naruszone uchwałą lub zarządzeniem, podjętymi przez organ gminy w sprawie z zakresu administracji publicznej, może zaskarżyć uchwałę lub zarządzenie do sądu administracyjnego, tym samym może uczestniczyć w pracach nad uchwałą. We wszystkich procedowanych dotychczas uchwałach, takie uczestnictwo naszej firmy, również przed WSA, nie było kwestionowane.</p> <p>Naczelny Sąd Administracyjny przyjmuje, że „<i>Na gruncie art. 101 ust. 1 u.s.g. ocena naruszenia interesu prawnego wiąże się koniecznością wykazania, że w konkretnym przypadku istnieje związek pomiędzy własną - prawnie gwarantowaną (a nie wyłącznie faktyczną) - sytuacją skarżącego podmiotu a zaskarżoną uchwałą, polegający na tym, że uchwała ta narusza (czyli pozbawia lub ogranicza) jego prawa. Inaczej mówiąc, wywołuje dla niego negatywne konsekwencje prawne np.</i></p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>zniesienia, ograniczenie, czy uniemożliwienia realizacji jego uprawnień, interesu prawnego".1 W orzecznictwie dodatkowo podkreśla się, że naruszenie interesu prawnego lub uprawnienia składającego skargę musi mieć przy tym charakter bezpośredni, zindywidualizowany, obiektywny i realny.2</p> <p>Firma (...) Polska Sp. z o.o. swój interes prawny w uczestnictwie w konsultacjach dotyczących uchwały reklamowej dla miasta Kalisza wywodzi z proponowanych ograniczeń zapisami teże, swobody prowadzonej przez niego działalności gospodarczej (zapewnionej art. 20 w zw. z art. 22 Konstytucji RP) i przysługującego mu prawa własności (które podlega ochronie na podstawie art. 21 ust. 1 i art. 64 Konstytucji RP).</p>
8.2	Uwaga dot. § 4 ust. 1	<p>Treść: § 4.1. definicje</p> <p>Definicje nie wyjaśniają użytych w projekcie zapisów. Na przykład billboard jest zdefiniowany jako tablica reklamowa wolno stojąca, a w § 13.pkt13 a) występują tablice reklamowe wolno stojące z innymi dopuszczalnymi parametrami niż w podpunkcie b) billboardy. Przy czym, tablice reklamowe wolno stojące nie zostały zdefiniowane.</p> <p>Niektóre definicje opisują to samo, tylko w różny sposób, na przykład definicja citylighta i gabloty (§ 4.1.2 i 1.3). Ponadto opisane są proste urządzenia jak sztaluga, a w definicji znaczących detali architektonicznych, nie wyjaśniono nieznanymi powszechnie mieszkańcom, dla których stanowione jest prawo, takich określeń jak lizena czy blenda.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:</p> <p>Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja tablicy reklamowej znajduje się w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Nie przepisuje się powszechnie dostępnych definicji ze słowników (§ 4.2.). Pozostałe zapisy doprecyzowano.</p>		
8.3	Uwaga dot. § 7 ust. 2	<p>Treść:</p> <p>§ 7.2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących sztyldami i niezgodnych z §14 pkt 1 lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 12 miesięcy.</p> <p>Wprowadzony parametr odległości od skrzyżowania nie określa od jakiego jego elementu liczona jest wpisana do projektu odległość.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:</p> <p>Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Odległości są liczone zgodnie z Ustawą z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 470). Zapis doprecyzowano.</p>		
8.4	Uwaga dot. § 7 ust. 3	<p>Treść:</p> <p>§ 7.3. Dla sztyldów, będących budowlami i sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę niezgodnych z § 13 pkt 13 (gabaryty lub liczba) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 60 miesięcy.</p> <p>Konstytucja gwarantuje takie same warunki prowadzenia</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>działalności gospodarczej wszystkim obywatelom. Jeżeli wprowadzony został zapis gwarantujący szyldom ze zgodą budowlaną dłuższy okres dostosowania, to taki sam okres powinien być wskazany dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych. NSA skierował do Trybunału Konstytucyjnego pytanie o zgodność z Konstytucją zapisów tzw. Ustawy krajobrazowej, na podstawie której samorządy przyjmują uchwały o konieczności dostosowania istniejących reklam, wybudowanych za zgodą budowlaną, bez stosowanego odszkodowania.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Powyższe kwestie będzie badał organ nadzoru jakim jest Wojewoda Wielkopolski, zgodnie z procedurą uchwalania uchwały krajobrazowej zawartą w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Trybunał Konstytucyjny nie wydał rozstrzygnięcia, więc prace nad uchwałą są kontynuowane.</p>		
8.5	Uwaga dot. § 14	<p>Treść:                  § 14. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami:                  1) zakazuje się sytuowania:                  ...                  e) na nieruchomościach, na których nie jest prowadzona działalność gospodarcza,                    Zapis niezgodny z konstytucją, dzielący właścicieli nieruchomości na takich, którzy z posiadanej nieruchomości mogą czerpać pożytki (najem lokalu i wynajem części niezabudowanej pod reklamę) i takich, którzy nie mogą czerpać żadnych pożytków, jeżeli ich nieruchomość nie nadaje się na wynajem lokalu. Proponujemy usunąć</p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Powyższe kwestie będzie badał organ nadzoru jakim jest Wojewoda Wielkopolski, zgodnie z procedurą uchwalania uchwały krajobrazowej zawartą w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Trybunał Konstytucyjny nie wydał rozstrzygnięcia, więc prace nad uchwałą są kontynuowane.</p>		
8.6	Uwaga dot. § 14 pkt 4)	<p>Treść:                  4) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1, na budynkach w obszarze B, pod warunkiem ograniczenia gabarytu do 9 m<sup>2</sup>;                    4) Urządzenia reklamowe o pow. 9 m<sup>2</sup>, są stosowane jako urządzenia wolno stojące. Obecnie przechodzą zmianę technologiczną z analogowego przewijania na wyświetlanie cyfrowe i formie urządzenia ściennego nie będą stosowane. Proponujemy zmianę na 12m<sup>2</sup>.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:                  Uwaga rozpatrzona negatywnie. Przyjęte wymiary nośników wolnostojących, tablic oraz</p>		



**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

reklam wielkoformatowych zostały zasugerowane pisemnie przez Ogólnopolską Izbę Gospodarczą reklamy wielkoformatowej.		
8.7	Uwaga dot. § 14 pkt 6) lit. c) i lit. d)	<p>Treść:</p> <p>6) c) billboardów w obszarze C o powierzchni maksymalnej 12 m<sup>2</sup> i wysokości 6 m,</p> <p>d) billboardów w obszarze D o powierzchni maksymalnej 18 m<sup>2</sup> i wysokości 6 m,</p> <p>6) Zaproponowane parametry wysokości dla d) billboardów o pow. 18 m<sup>2</sup>, są za małe. Dobre proporcje wysokości dla tablicy 6x3 wynoszą 7-8 m. Propozycja zwiększenia wysokości do 8 m</p>
<p>Rozstrzygnięcie:</p> <p>Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.</p>		
8.8	Uwaga dot. § 15 lit. 1)	<p>Treść:</p> <p>§ 15. Ustala się następujące standardy jakościowe tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych, nie będących sztyldami:</p> <p>1) zakazuje się sytuowania we wszystkich obszarach tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych w złym stanie technicznym, uszkodzonych i pozbawionych treści;</p> <p>Zapis nie uwzględnia prowadzenia działalności outdoorowej. W sytuacji, gdy tablice reklamowe nie są sprzedane, wyklejane są jednobarwnym papierem. Proponujemy usunąć część „pozbawionych treści”.</p>
<p>Rozstrzygnięcie:</p> <p>Uwaga rozpatrzona negatywnie. Jeżeli wspomniane reklamy nie są sprzedane, należy tym bardziej zweryfikować czy ich sytuowanie jest w ogóle zasadne.</p>		
9. Agencja reklamowa 4		
9.1	Uwaga ogólna	<p>Treść:</p> <p>PYTANIA WYPISANIE W UCHWALE POD DANymi PODPUNKTAMI .</p> <p>DODATKOWO PATRZĄC NA UCHWAŁE ORAZ ODWOŁANE SPOTKANIE , NIE JESTEŚMY W STANIE WYRAZIĆ WSZYSTKICH SWOICH OPINIE ORAZ WYSTARCZAJĄCA ILOŚCIĄ PYTAŃ . UWAŻAM ŻE NIEZBĘDNE JEST PRZECZEKANIE OBECNEJ SYTUACJI KTÓRA PANUJE NA ŚWIECIE I PRZYWRÓCENIE ODPOWIEDNIEGO TERMINU SPOTKANIA ABY OMÓWIĆ WSZYSTKIE KWESTIE ZAWARTE W UCHWALE .</p> <p>OBECNIE TAKA FORMA UCHWAŁY POZBAWI PRACY BARDZO DUŻO OSÓB , AGENCJE REKLAMOWE BĘDĄ MUSIAŁY PONIEŚĆ OGROMNE KOSZTY ABY PRZENIEŚĆ KONSTRUKCJE W INNE MIEJSCA . UWAŻAM ŻE TAKIE OGRANICZENIE WPŁYNA W BARDZO DUŻYM STOPNIU NA SYTUACJĘ FINANSOWA NIE TYLKO SAMYCH AGENCJI , ALE RÓWNIEŻ SPÓŁDZIELNI MIESZKANIOWYCH , OSOB PRYWATNYCH , DRUKARNI , FIRM MONTAŻOWYCH , WYKLEJAJĄCYCH .</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>CZY MIASTO JEST W STANIE WSPOMOĆ NAS PO WPROWADZENIU USTAWY ? CZY PRZWIDUJĄ JAKIEŚ ŚRODKI PIENIĘŻNE ?          NIE JEST ŁATWO OD TAK ZMIENIĆ WSZYSTKO CO SIĘ BUDUJE OD PARU LAT .          MIASTO RÓWNIEŻ DUŻO STRACI PRZY TAKIEJ USTAWIE , FIRMY Z BRANŻY REKLAMOWEJ WSPIERAJĄ SYTUACJĘ GOSPODRCZĄ MIASTA          UWAZAM ŻE W DANYM MOMECNIE POWINNIŚMY ZAJMOWAĆ SIĘ SYTUACJĄ PANUJĄCĄ Z KORONAWIRUSEM A NIE WPROWADZENIEM W ŻYCIE USTAWY KRAJOBRAZOWEJ .          PROSZĘ O PRZEMYŚLENIE MOICH POSTULATÓW A CO ZA TYM IDZIE PRZECZEKANIE PANDEMII ORAZ WYZNACZENIE NOWEGO TERMINU SPOTKANIA .</p> <p>Dzień dobry          Jako właściciel agencji reklamowej (...) chciałbym zaproponować przesunięcie terminu spotkania w sprawie uchwały krajobrazowej , a co za tym idzie również odroczenia ustawy .          Po rozmowach z osobami prowadzącymi agencje reklamowe uważam , że rozmowa jest podstawą do wprowadzenia takiej ustawy . Jako lokalne firmy staramy się wspierać Kalisz , pracując w naszym mieście i płacąc podatki . Uważam , że podczas spotkania można dojść do porozumienia w sprawie niektórych paragrafów , które całkowicie ograniczają naszą działalność .          Proszę zorganizowanie spotkania , w momencie kiedy będzie taka możliwość wynikająca z zaistniałej sytuacji .</p>
<p>Rozstrzygnięcie:          Odpowiedzi na pytania poniżej.          Przepisy uchwały nie likwidują możliwości reklamowania, mają na celu uregulowanie tej kwestii. Niniejsze konsultacje mają charakter uzyskania wstępnej opinii mieszkańców na temat projektu uchwały. Na podstawie procedury ustawowej projekt uchwały będzie wyłożony do publicznego wglądu i będzie możliwość zgłaszania uwag do projektu. Informacje o dalszych pracach nad projektem zostaną umieszczone na stronach internetowych miasta. Wszelkie informacje można uzyskać telefonicznie lub mailowo. W treści uchwały nie zawiera się informacji o planowanym sposobie realizacji zapisów uchwały. W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
<p>10. Agencja reklamowa 5</p>		
<p>10.1</p>	<p>Uwaga ogólna</p>	<p>Treść:</p> <p>Szanowni Państwo!          Pozwoliłem sobie dopisać uwagi w treści uchwały. W treści kolorem granatowym pogrubioną czcionką dopisałem uwagi i pytania które mnie zastanawiają.</p> <p>Poza tym Chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej która w mocnym stopniu przyczyni się do braku pracy dla podmiotu gospodarczego który prowadzę, zajmuję się wyklejaniem tablic</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>reklamowych typu Billboard oraz wykonaniem reklam. Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna i jeszcze perspektywa ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalna..</p> <p>Wiadomo że za nami stoją również inne podmioty które ta pracę nam zlecają – takie jak</p> <p>Drukarnie , firm montażowych , właściciel gruntów ,wspólnoty mieszkaniowe , spółdzielnia mieszkaniowe , właściciele konstrukcji reklamowych, oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych -również z Kalisza.</p> <p>Za tymi działaniami kryją się ludzie i miejsca pracy, oraz ich rodziny. Wydaje mi się że konsultacje społeczne powinny się odbyć w dużo szerszej formie niż teraz, sądzę że jest dużo więcej osób zainteresowanych.</p> <p>Pytań nasuwa się coraz więcej, bardzo proszę w imieniu swoim oraz moich pracowników o odpowiedź na w/w . kwestie oraz uwagi do uchwały.</p> <p>Liczymy na szersze spojrzenie władz miasta na ten problem, a nie planowanie bez konsultacji. Z poważaniem (...)</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Odpowiedzi na pytania poniżej. Przepisy uchwały nie likwidują możliwości reklamowania, mają na celu uregulowanie tej kwestii. Niniejsze konsultacje mają charakter uzyskania wstępnej opinii mieszkańców na temat projektu uchwały. Na podstawie procedury ustawowej projekt uchwały będzie wyłożony do publicznego wglądu i będzie możliwość zgłaszania uwag do projektu. Informacje o dalszych pracach nad projektem zostaną umieszczone na stronach internetowych miasta. Wszelkie informacje można uzyskać telefonicznie lub mailowo. W treści uchwały nie zawiera się informacji o planowanym sposobie realizacji zapisów uchwały. W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
<p>11. Osoba prywatna 2</p>		
11.1	Uwaga ogólna	<p>Treść: Brak definicji wysokości, które to pojęcie pojawia się w tekście uchwały. Brak informacji czy chodzi o wysokość np. samej reklamy, czy wysokość jej umieszczenia,</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Zapis dodano.</p>		
11.2	Uwaga dot. §4 ust. 1	<p>Treść: §4.1 Brak definicji szyldu, tablicy reklamowej, urządzeń reklamowych</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicje tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego oraz szyldu znajdują się w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293).</p>		
11.3	Uwaga dot. §4 ust. 1 pkt 1)	<p>Treść: §4.1 pkt 1) Brak zapisu o możliwości umieszczania na budynkach tego typu reklam</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.		
11.4	Uwaga dot. §4 ust.1 pkt 2) i pkt 3)	Treść: §4.1 pkt 2) i pkt 3) Przy braku bardziej sprecyzowanych definicjach pojęć citylight i gablota pojęcia te dotyczą tego samego rodzaju nośnika i formy reklamy
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.		
11.5	Uwaga dot. §4 ust.1 pkt 4)	Treść: §4.1 pkt 4) Nieprecyzyjne określenie pojęcia formy trwale związanej z gruntem
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Sformułowanie zawarte jest w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1186 z późn. zm.) i w ten sam sposób należy je rozumieć.		
11.6	Uwaga dot. §4 ust.1 pkt 13)	Treść: §4.1 pkt 13) Nie zrozumiały zapis dotyczący wypełnienia 80% powierzchni
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zapis jest czytelny. W myśl przepisu pylon reklamowy jest formą, która po wpisaniu w prostopadłościan wypełnia prawie całą jego objętość.		
11.7	Uwaga dot. §14 pkt 1) lit. b)	Treść: §14 pkt 1) b) Za daleko idące ograniczenie chyba że założeniem było brak możliwości zasłaniania okien, ale trzeba to doprecyzować
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zapis dotyczy ochrony elewacji posiadających osie kompozycyjne powstałe m. in. przez rytmy okien. Reklamy jako elementy wtórne zaburzają ogólną wizję architektoniczną elewacji.		
11.8	Uwaga dot. §14 pkt 1) lit. e)	Treść: §14 pkt 1) e) Za daleko idące ograniczenie
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zapis ma na celu ograniczenie reklam usytuowanych nielegalnie.		
11.9	Uwaga dot. §13 pkt 2) lit. b)	Treść: §13 pkt 2) b) przestawił bym zapis o obszarze C i D przed zapis określający o jaki typ budynku chodzi
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Kolejność zapisów w tym przypadku nie ma znaczenia.		
11.10	Uwaga dot. §13 pkt 11) lit. a)	Treść: §13 pkt 11) a) Dopisać słowo „formatu”
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.		
11.11	Uwaga dot. ogólna	Treść: Sprecyzować pojęcie powierzchni maksymalnej. Pojęcie to pojawia się w tekście uchwały. Brak sprecyzowania czy chodzi o powierzchnię pojedynczej reklamy czy sumy dopuszczonych

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		liczb reklam na danym obszarze
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.		
11.12	Uwaga dot. §15 pkt 2)	Treść: §15 pkt 2) Należało by doprecyzować ten punkt czy dotyczyć ma również form reklam w postaci cyfrowej np. telebimów lub innych nośników cyfrowych
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zapis jest czytelny i nie wymaga doprecyzowania.		
11.13	Uwaga dot. §17 pkt 1) lit. b)	Treść: §17 pkt 1) b) Brak gabarytów szerokości i głębokości
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Wysokość, szerokość i głębokość mają ograniczenie o tej samej wartości.		
11.14	Uwaga dot. §18 pkt 1)	Treść: §18 pkt 1) Nie podawał bym szerokości 1,5 m tylko zastosował bym zapis o możliwości zapewnienia dostępu osobom niepełnosprawnym, poprzez umożliwienie swobodnego przemieszczania się
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. Wprowadzono zmiany do projektu uchwały.		
11.15	Uwaga dot. §18 pkt 2) lit. b)	Treść: §18 pkt 2) b) Mało precyzyjne określenie materiału – aluminiowe płyty konstrukcyjne
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Został wskazany konkretny materiał.		
11.16	Uwaga dot. §19 pkt. 1) lit. c)	Treść: §19 pkt c) czemu ograniczenie dotyczy całego obszaru miasta
Rozstrzygnięcie: Brak uwagi, opinii i propozycji zmiany. Odpowiedzi na pytania poniżej.		
12. Osoba prywatna 3		
12.1	Uwaga dot. §2 ust. 2	Treść: Niestety nie mogę skorzystać z formularza kontaktowego (wiadomość nie przechodzi) ani wypełnić dokumentu który jest w formie PDFu w związku z tym swoje uwagi nadsyłam tą drogą. Po pierwsze muszę zwrócić uwagę, że termin konsultacji jest bardzo niefortunny bo nikt nie ma głowy do takich spraw myślę, że powinien być przełożony. Dwa tygodnie to również bardzo mało czasu , gdyż dokument jest skomplikowany, w wielu przypadkach trudno zrozumiały. Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (dalej będę używać nazwy uchwała reklamowa) powinna w moim odczuciu współgrać z innymi dokumentami miejskimi w szczególności Programem Opieki nad Zabytkami dla Miasta Kalisza na lata 2017 – 2020, oraz Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania

		<p>Przestrzennego Miasta Kalisza (2019 r.) w kwestii stref obszarów. W związku z tym postuluję dostosowanie obszarów z uchwały reklamowej do tych dokumentów. (Dział I Przepisy ogólne paragraf 2. 2)</p> <p>Wg Studium za najcenniejsze w granicach strefy ochrony konserwatorskiej znalazły się: Miasto Lokacyjne w linii fortyfikacji średniowiecznych ze szczególnym uwzględnieniem Głównego Rynku z ratuszem, Park Miejski, Wyspa z założeniem urbanistycznym Alei Wolności, d. Przedmieście Wrocławskie z kościołem poreformackim wraz ze wschodnim fragmentem Nowego Światu i Rogatką, Kwartaly zabudowy XIX/XX w. ulic Pułaskiego (do ul. Czaszkowskiej) i Fabrycznej, Rejon historycznych cmentarzy przy Rogatce Wrocławskiej – rzymskokatolicki, prawosławny i ewangelicki, Zachodnie „Czaszki” ciągi zabudowy ul. Nowy Świat, Kościuszki, Kopernika, Zabudowa d. Piskorzewia – ul. Wodna, Chopina, Ciasna, Żłota z dawną fabryką fortepianów (do Al. Wojska Polskiego), Zabudowa pierzei ul. Babina wraz z Plantami i Nowym Rynkiem, d. Przedmieście Toruńskie wraz z pl. Kilińskiego, dawną fabryką Repphana i kościołem pobernardyńskim.</p> <p>Programem Opieki nad Zabytkami dla Miasta Kalisza na lata 2017 – 2020. Wyznacza strefę:</p> <p>A –pełnej ochrony układu urbanistycznego i obiektów zabytkowych obejmującą następujące podstrefy:</p> <p>A1 –Miasto Lokacyjne w linii fortyfikacji średniowiecznych. A2 – Park Miejski A3 – Wyspa z założeniem urbanistycznym alei Wolności</p> <p>B – ochrony zachowanych elementów zabytkowych (głównie otulina układu staromiejskiego) obejmującą następujące podstrefy:</p> <p>B1 –d. Przedmieście Wrocławskie z kościołem poreformackim wraz ze wschodnim fragmentem Nowego Światu i Rogatką, B2 – Kwartaly zabudowy XIX/XX w. ulic Pułaskiego (do ul. Czaszkowskiej) i Fabrycznej, B3 –Rejon historycznych cmentarzy przy Rogatce Wrocławskiej –rzymskokatolicki, prawosławny i ewangelicki, B4 –Zachodnie „Czaszki” ciągi zabudowy ul. Nowy Świat, Kościuszki, Kopernika, B5 –Zabudowa d. Piskorzewia –ul. Wodna, Chopina, Ciasna, Żłota z fabryką (do al. Wojska Polskiego), B6 –Zabudowa pierzei ul. Babina wraz z Plantami i Nowym Rynkiem ze względu na zachowanie zwartości bezpośredniego otoczenia Miasta Lokacyjnego wraz z zespołami zabudowy i wnętrzami urbanistycznymi z XVIII-XIX w., B7 –d. Przedmieście Toruńskie wraz z pl. Kilińskiego, dawną fabryką Repphana i kościołem pobernardyńskim.</p> <p>W związku z tym sądzę, że należałoby uchwałę reklamową dostosować do tych dokumentów.</p>
--	--	--

		<p>Przedstawiam dwie wersje propozycji</p> <p>WERSJA 1</p> <p>Do obszaru A zaliczyć: Miasto Lokacyjne w rozumieniu Uchwały (obrzeża ulicy Babina, placu Kilińskiego otoczenie Niecałej. Park Miejski. Wyspę z założeniem urbanistycznym alei Wolności. Obszar B zmniejszyć (w szczególności dziwaczne wydaje się włączenie do obszaru mało wartościowych okolic ulicy Częstochowskiej i Zawodzia, które posiadają niske wartości krajobrazowe i wypełnione są współczesną zabudową) ograniczając ją do strefy B z Programu Opieki nad zabytkami – strefa obejmowałaby więc B1 –d. Przedmieście Wrocławskie z kościołem poreformackim wraz ze wschodnim fragmentem Nowego Światu i Rogatką, B2 –Kwartały zabudowy XIX/XX w. ulic Pułaskiego (do ul. Czaszkowskiej) i Fabrycznej, B3 –Rejon historycznych cmentarzy przy Rogatce Wrocławskiej –rzymskokatolicki, prawosławny i ewangelicki, B4 –Zachodnie „Czaszki” ciągi zabudowy ul. Nowy Świat, Kościuszki, Kopernika, B5 –Zabudowa d. Piskorzewia –ul. Wodna, Chopina, Ciasna, Żłota z fabryką (do al. Wojska Polskiego), B6 –Zabudowa pierzei ul. Babina wraz z Plantami i Nowym Rynkiem ze względu na zachowanie zwartości bezpośredniego otoczenia Miasta Lokacyjnego wraz z zespołami zabudowy i wnętrzami urbanistycznymi z XVIII–XIX w., B7 –d. Przedmieście Toruńskie wraz z pl. Kilińskiego, dawną fabryką Repphana i kościołem pobernardyńskim + fragmenty strefy K z Programu Opieki nad Zabytkami w tym K. 1 d. Glinki z rozstajem drożnym i zespołem więziennym. K 2 Tereny Parkowo Sportowe u ujścia Swędrni K. 3 Wał Piastowski ciągnący się wzdłuż Proсны.</p> <p>Ze względu na znaczne ograniczenie obszaru B, ale też fakt, że obszar ten jest opisany w „Studium” jako cenny, znajdują się tam cenne zespoły budowlane tworzące spójną całość na obszarze B powinny obowiązywać surowsze przepisy.</p> <p>WERSJA 2</p> <p>Zakłada powiększenie obszaru A nie tylko o wyspę z aleją Wolności i Park ale również B1 –d. Przedmieście Wrocławskie z kościołem poreformackim wraz ze wschodnim fragmentem Nowego Światu i Rogatką, B2 –Kwartały zabudowy XIX/XX w. ulic Pułaskiego (do ul. Czaszkowskiej) Przedmieście Toruńskie wraz z pl. Kilińskiego, dawną fabryką Repphana i kościołem pobernardyńskim + fragmenty strefy K z Programu Opieki nad Zabytkami w tym K. 1 d. Glinki z rozstajem drożnym i zespołem więziennym. K 2 Tereny Parkowo Sportowe u ujścia Swędrni K. 3 Wał Piastowski ciągnący się wzdłuż Proсны.</p> <p>Oprócz tego z obszaru B można bez większych szkód wyłączyć tereny znajdujące się za mostem na ulicy Częstochowskiej z poważaniem</p>
<p>Rozstrzygnięcie:          Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie.          Formularz konsultacyjny, tak jak przy innych tego typu działaniach z udziałem mieszkańców,</p>		

był dostępny do pobrania w formie papierowej w siedzibach Urzędu Miasta (w Wydziale Budownictwa, Urbanistyki i Architektury, na portierni Ratusza oraz w Biurze Obsługi Interesanta na ul. Kościuszki 1a). Jest to jedyna uwaga dotycząca nieprawidłowości w funkcjonowaniu formularza elektronicznego, pomimo iż wiele uwag wpłynęło w ten sposób. Konsultacje zostały zaplanowane z wyprzedzeniem i odbyły się pomimo zaistniałej sytuacji spowodowanej wystąpieniem stanu epidemicznego. Długość konsultacji społecznych nie jest określona przepisami prawnymi, jest w naszej ocenie wystarczająca i taka sama jak dla innych tego typu działań. Wszelkie informacje można uzyskać telefonicznie lub mailowo. Na podstawie procedury ustawowej, w toku dalszych prac, projekt uchwały będzie wyłożony do publicznego wglądu i będzie możliwość zgłaszania uwag do projektu. Informacje o dalszych pracach nad projektem zostaną umieszczone na stronach internetowych miasta [bip.kalisz.pl - Biuletyn Informacji Publicznej Urzędu Miasta Kalisza w zakładce Uchwała krajobrazowa oraz na stronie www.kalisz.pl w zakładkach Dla Mieszkańca - Uchwała krajobrazowa]. Wyodrębnione w projekcie strefy nie muszą być zgodne z innymi dokumentami miejskimi, ponieważ żaden z nich nie dotyczy zagadnień związanych z regulacją kwestii chaosu reklamowego. W każdej strefie będą obowiązywały inne przepisy będące wypadkową m.in. takich elementów jak stan istniejącego chaosu reklamowego oraz stopnia ochrony nieruchomości ze względu na walory zabytkowe. Jest to zagadnienie wymagające znacznie głębszej analizy i bardziej skomplikowane niż powielenie stref ustanowionych w innych dokumentach. Ponadto zgodnie z ustawą z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) przepisów dotyczących reklam nie stosuje się do upowszechniania informacji wyłącznie: o charakterze religijnym, związanym z działalnością kościołów lub innych związków wyznaniowych, jeżeli tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane są w granicach terenów użytkowanych jako miejsca kultu i działalności religijnej oraz cmentarzy. Nie jest więc zasadnym branie pod analizę tego typu obszarów. Dla pewnych terenów jak np. parki miejskie ustalono w projekcie uchwały odrębne przepisy, więc nie jest istotne w jakiej są strefie. W toku niniejszych konsultacji zmieniono granice stref. Zwiększono strefę A i zmniejszono strefę B.

13. Osoba prywatna 4

13.1	Uwaga ogólna	<p>Treść: Trzeba rozmawiać. § 13. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania, gabaryty i liczbę szyldów, z zastrzeżeniem § 11 i § 12: ptk:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1)</li> <li>a)</li> <li>b)</li> <li>c)</li> <li>d)</li> <li>e)</li> </ol> <p>§ 14. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami: ptk:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1)</li> <li>a)</li> <li>b)</li> <li>c)</li> <li>d)</li> <li>e)</li> </ol>
------	--------------	---



**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		f) g) h) i) j) k) l) m) n) o) p) ó)
Dziękujemy za opinię, również jesteśmy zdania, że należy rozmawiać!		
14. Agencja reklamowa 6		
14.1	Uwaga dot. §14 pkt 8)	<p>Treść: paragraf 14 , 8) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na rusztowaniach na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, raz na 5 lat.</p> <p>propozycja zmiany: 8) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na rusztowaniach/kratownicach na czas nie dłuższy niż 24 miesiące, raz na 5 lat.</p> <p>uzasadnienie: - rusztowanie jest ogólnie pojętą kratownicą i na odwrót, w zależności od technologii wykonywanej pracy remontowej bądź innej. - 24 miesiące są bardziej zasadne, ponieważ często prace trwają powyżej 12 miesięcy.</p> <p>z poważaniem</p>
Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Terminy są wystarczające.		
14.2	Uwaga dot. §4 ust. 1 pkt 15)	<p>Treść: Paragraf 4, pkt 1 . 15) reklama okolicznościowa – reklama w postaci tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, sytuowana jako obiekt wolno stojący lub na elewacji budynku, na określony czas trwania imprez kulturalnych lub sportowych i z nimi związana, na maksymalnie 2 tygodnie;</p> <p>Propozycja zmiany: Paragraf 4, pkt 1 . 15) reklama okolicznościowa – reklama w postaci tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, sytuowana jako obiekt wolno stojący lub na elewacji budynku, na określony czas</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		<p>trwania imprez kulturalnych lub sportowych i z nimi związana, na maksymalnie 60 dni;</p> <p>uzasadnienie: -niektóre z imprez lub przygotowania do nich trwają znacznie dłużej niż 2 tygodnie.</p> <p>Z poważaniem,</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Termin wydłużono (na maks. 30 dni).</p>		
14.3	Uwaga dot. §14 pkt 1 lit. o)	<p>Treść: paragraf 14, o) na budowlach,</p> <p>Proszę o wykreślenie terminu: o) na budowlach,</p> <p>uzasadnienie: - zbyt ogólna forma, niepotrzebna. - praktycznie wszystkie formy architektoniczne zostały wyszczególnione precyzyjnie, więc niepotrzebny jest ogólny i bardzo nieprecyzyjny zapis "budowla"</p> <p>Z poważaniem</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona negatywnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja budowli jest zawarta w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1186 z późn. zm.).</p>		
14.4	Uwaga dot. § 7 ust. 1	<p>Treść: § 7.1. Ustala się termin dostosowania do zapisów uchwały, dla istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych, na 24 miesiące od daty jej wejścia w życie, z zastrzeżeniem ust. 2 i 3.</p> <p>Propozycja zmiany: § 7.1. Ustala się termin dostosowania do zapisów uchwały, dla istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych, na 48 miesiące od daty jej wejścia w życie, z zastrzeżeniem ust. 2 i 3.</p> <p>uzasadnienie: W obecnych czasach Pandemii oraz oczywistego faktu wchodzenia w kryzys gospodarczy zarówno agencje reklamowe jak i klienci/ przedsiębiorcy potrzebują więcej czasu na zadbanie o swój byt oraz przeznaczenie środków na demontaże oraz zmiany w kampaniach reklamowych. To prośba bardzo ważna z uwagi na oczywiste obawy ludzi o swoją przyszłość i zaspokojenie podstawowych potrzeb.</p> <p>Wszystkiego dobrego</p>

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
14.5	<p>Uwaga dot. Paragraf 7 2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i niezgodnych z §14 pkt 1 lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 12 miesięcy.</p>	<p>Treść: propozycja zmiany: 2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i niezgodnych z §14 pkt 1 lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 36 miesięcy.</p> <p>Uzasadnienie: W obliczu kryzysu gospodarczego wykluczone są tak szybkie zmiany. Prosimy, aby pozwolić przedsiębiorcom oraz agencjom na przygotowanie się do obecnej sytuacji w obliczu pandemii koronawirusa na świecie oraz kryzysu gospodarczego. Reklamy stacjonarne mają głównie zasięg lokalny, co pozwala wzmacniać i rozwijać lokalnych przedsiębiorców. Prosimy o przesunięcie na możliwie odległy termin koniecznych zmian oraz ograniczenie ich liczby.</p> <p>Z poważaniem,</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
<p>15. Agencja reklamowa 7</p>		
15.1	<p>Uwaga dot. § 7 ust. 1 § 7 ust. 2</p>	<p>Treść: 1. Obydwa terminy dostosowania dla podmiotów prowadzących działalność reklamową są zbyt krótkie, zarówno likwidacja tablic ze skrzyżowań, jak i innych terenów wymaga sporych nakładów finansowych. Dlatego operacje te powinny być bardziej rozłożone w czasie - jeżeli mają być wykonane, a nie tylko uchwalone.</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona pozytywnie. W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze [rozstrzygnięcie uwagi nr 1.1].</p>		
15.2	<p>Uwaga dot. § 13 pkt 5) lit. b)</p>	<p>2. W obszarze C tak jak i w obszarze D powinien być dopuszczalny format 18 m<sup>2</sup> - ze względu na jego większą czytelność, a przez to mniejszą dekoncentrację kierowców podczas prowadzenia pojazdów. Także wysokość do 6 m (jak rozumiem od gruntu) dla większych tablic wcale nie wydaje się bezpieczniejsza niż choćby 7 m, czy 8m</p>
<p>Rozstrzygnięcie: Uwaga rozpatrzona częściowo pozytywnie. Reklama w ogóle nie powinna dekoncentrować kierowców. Strefa C obejmuje założenie urbanistyczne miasta Kalisza częściowo wpisane do rejestru zabytków (Nr rej. 33/A) zmienionego decyzją Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 29 listopada 2013 r. - stąd zmniejszenie formatu. Ze względu na często zwracaną uwagę w niniejszych</p>		

## ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA

konsultacjach odnosząc się do proporcji tablicy reklamowej o powierzchni 18 m<sup>2</sup>, zwiększono jej dopuszczalną wysokość do 8 m.

15.3	Uwaga dot. § 14 pkt 1) lit. e)	3. Sformułowanie o zakazie umieszczania reklam na nieruchomościach, gdzie nie jest prowadzona działalność gospodarcza jest niejasne.
------	--------------------------------	--

Rozstrzygnięcie:

Uwaga rozpatrzona negatywnie. Zapis ma na celu ograniczenie reklam usytuowanych nielegalnie. Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja działalności gospodarczej znajduje się m.in. w ustawie z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1387 z późn. zm.).

IV Odpowiedzi na pytania /zbiorczo/ zawarte w formularzach (PISOWNIA ORYGINALNA)		
1	§2 ust. 2 pkt 1)	Tu mam kilka pytań Czym kierowano się przy ustalona stref miasta ? Mapa podana na stronie jest bardzo mało czytelna nie idzie jej dokładnie powiększyć i wychwycić poszczególnych regionów i ulic których ona dotyczy
Odpowiedź: Strefy wyznaczono na podstawie wnikliwej diagnozy opartej głównie o analizę krajobrazowo-przestrzenną oraz analizę występujących zjawisk reklamowych. Wzięto pod uwagę zapisy obowiązujących aktów prawa miejscowego oraz strefy ochrony zabytków i innych cennych elementów krajobrazowych. W związku z powyższym strefy są wypadkową m.in. takich elementów jak stan istniejącego chaosu reklamowego oraz stopnia ochrony nieruchomości wynikających z przepisów odrębnych. Załącznik graficzny do projektu uchwały jest dostępny dodatkowo w systemie informacji przestrzennej Miasta Kalisza na stronie internetowej <a href="http://www.msip.kalisz.pl">www.msip.kalisz.pl</a> , gdzie istnieje możliwość precyzyjnego podglądu każdej działki i innych elementów. Informacja o dostępności załącznika w msip-ie została zamieszczona przed rozpoczęciem konsultacji na stronie internetowej: <a href="http://www.kalisz.pl/dla-mieszkanca/uchwala-krajobrazowa/projekt-uchwaly-krajobrazowej">www.kalisz.pl/dla-mieszkanca/uchwala-krajobrazowa/projekt-uchwaly-krajobrazowej</a> .		
2	§3 pkt 2)	na jakie ilości oraz grupie osób przeprowadzano konsultacje i w jakim środowisko społeczne ? Ztego co rozmawiam to z branży reklamowej mało kto wie o tej uchwale Jakie grupy społeczne były badane? Czy brano pod uwagę również opinie ludzi którzy utrzymują się ze swoich agencji reklamowych
Odpowiedź: Wyniki przeprowadzonej ankiety krajobrazowej znajdują się na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Urzędu Miasta Kalisza ( <a href="http://www.bip.kalisz.pl">www.bip.kalisz.pl</a> ) w zakładce Uchwała krajobrazowa.		
3	§3 pkt 3)	to jako branża wypełni rozumiemy i szanujemy
Odpowiedź: Dziękujemy za wsparcie!		
4	§3 pkt 4)	czy mogę prosić o dokładniejsze sprecyzowanie w/w zdania ?
Odpowiedź: Cel uchwały został sformułowany w art. 37a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293). Szersze omówienie tematu znajduje się w uzasadnieniu ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.).		
5	§3 pkt 5)	czy podjęto już rozmowy z właścicielami kamienic i restauratorami w tym zakresie ? czy mogą liczyć na wsparcie finansowe za ewentualne zmiany ich szyldów i reklam ? czy to będzie forma wykonawcza z przerzuceniem kosztów na właścicieli lokali lub ich najemców ?
Odpowiedź: Przeprowadzono konsultacje społeczne, w tym ankietę krajobrazową w celu określenia zasadności przystąpienia do prac nad projektem uchwały. W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.		
6	§3 pkt 6)	to jest dla nas zrozumiałe
Odpowiedź: Dziękujemy za wsparcie!		
7	§3 pkt 7)	Czy takowy przy tylu podmiotach handlowych i usługowych działających na terenie miasta Kalisza istnieje ?
Odpowiedź: Wyniki przeprowadzonej ankiety krajobrazowej stwierdzają, że ankietowani dostrzegają w mieście chaos reklamowy.		
8	§4 ust. 1 pkt 1)	czy tu forma montażu oraz materiał reklamy będzie narzucony ? będę widoczne za bardziej precyzyjne opisanie tego zagadnienia
Odpowiedź: Przepisy dotyczące billboardów znajdują się w dalszej części uchwały [§13 pkt 13) lit. b)].		
9	§4 ust. 1 pkt 2)	Czy są konkretne wymiary dla citylight?
Odpowiedź: Przepisy dotyczące citylightów znajdują się w dalszej części uchwały [§ 14 pkt 3) lit. b); §14 pkt 6) lit. b)]		
10	§4 ust. 1 pkt 2), §4 ust. 1 pkt 3)	czy to urządzenie będzie określone wymiarem i na terenie miasta będą mogły w tym zakresie działać agencje reklamowe czy całość będzie w gestii miasta ? w odniesieniu do poszczególnych stref
Odpowiedź: Przepisy dotyczące citylightów i gablot znajdują się w dalszej części uchwały [§ 14 pkt 3) lit. b); §14 pkt 6) lit. b) § 13 pkt 4) lit. b); § 13 pkt 13) lit. d)].		
11	§4 ust. 1 pkt 6)	czy tu możemy bardziej określić to formę , rodzaj materiału wielkości w procentach do obecnie istniejących szyldów ?
Odpowiedź: Przepisy dotyczące liter przestrzennych znajdują się w dalszej części uchwały [§ 13 pkt 1) lit. f), § 13 pkt 5) lit. b), § 13 pkt 2) lit. b) § 13 pkt 6) lit. a), § 12 pkt 4) lit. a)].		
12	§4 ust. 1 pkt 7)	czy tu będą narzucone kolorystyka, wielkość procent reklamy ? czy miasto przewiduje tu jakieś ulgi w podatkach i czynszach lub inny udział w kosztach za poniesione ewentualne koszty związane z dopasowaniem się do potrzeb uchwały ?
Odpowiedź: Przepisy dotyczące lambrekinów markiz znajdują się w dalszej części uchwały [§13 pkt 9) lit. a)]. W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.		
13	§4 ust. 1 pkt 8)	czy będzie określona wielkość w poszczególnych stref ?
Odpowiedź: Przepisy dotyczące masztów znajdują się w dalszej części uchwały [§ 13 pkt 7) i pkt 8)].		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

14	§4 ust. 1 pkt 9)	czy to będzie większościowy materiał w pierwszej strefie czy miasto przewiduje tu jakieś ulgi w podatkach i czynszach lub inny udział w kosztach za poniesione ewentualne koszty związane z dopasowaniem się do potrzeb uchwały. czy będzie do tych spraw odrębna komórka w urzędzie miejskim z którą będą ustalane te sprawy ?
<p>Odpowiedź: Nie wiadomo o jaki materiał chodzi. Nieznana jest intencja autora pytania. W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac. Sprawę dotyczącą prowadzenia prac nad uchwałą krajobrazową prowadzi Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Kalisza.</p>		
15	§4 ust. 1 pkt 10)	jeżeli browar wstawiający określony ogródek reklamowy lub parasol na sezon nie będzie spełniała wymogów ustalanych przez miasto co wtedy ? czy restaurator będzie musiał go opłacić z własnych środków według projektu nadanego przez urząd miasta , czy będzie do tych spraw odrębna komórka w urzędzie miejskim ? jaki będzie z decyzyjnością ewentualnie tej komórki ?
<p>Odpowiedź: Przytoczoną w pytaniu kwestie reguluje art.37d ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) .W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac. Sprawę dotyczącą prowadzenia prac nad uchwałą krajobrazową prowadzi Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Kalisza.</p>		
16	§4 ust. 1 pkt 15)	czy Billboard o zmiennej treści jest klasyfikowane jak taka konstrukcja , czas zmian jest możliwy nawet co 2-3 dni ?
<p>Odpowiedź: Zapisy uchwały nie ingerują w treści i częstotliwość ich zmian.</p>		
17	§4 ust. 1 pkt 18)	czy będzie określona lub narzucona wielkość oraz kształt ?
<p>Odpowiedź: Przepisy dotyczące szyldów semaforowych znajdują się w dalszej części uchwały [§ 13 pkt 3), § 13 pkt 11)].</p>		
18	§4 ust. 1 pkt 19)	czy konstrukcje reklamowe metalowe obecnie stojące /oraz w projekcie uchwały nazwane billboardami/ mogą być wykorzystywane jako tablice kierunkowe ?
<p>Odpowiedź: Doprecyzowano definicję.</p>		
19	§4 ust. 1 pkt 19)	Obecnie posiadamy reklamy prostokątne, czy takie będzie można uwzględnić do tablic kierunkowych?
<p>Odpowiedź: Doprecyzowano definicję.</p>		
20	§4 ust. 1 pkt 20)	czy w tym zakresie będą działać agencje reklamowe czy całość będzie w gestii miasta ?

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

		ta konstrukcja wiąże się z dużymi nakładami jakie są przewidywane ewentualne czynsze i dla kogo za sytuowanie tego typu konstrukcji ? i w których strefach miasta będzie je można sytuować ?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.</p>		
21	§4 ust 1 pkt 24) i pkt 25)	co z obecnie istniejącymi reklamami które nie zachowują odpowiedniej proporcji a stanowią duży koszt dla podmiotu go używającego ? czy miasto przewiduje tu jakieś ulgi w podatkach i czynszach lub inny udział w kosztach za poniesione ewentualne koszty związane z dopasowaniem się do potrzeb uchwały. czy będzie do tych spraw odrębna komórka w urzędzie miejskim z którą będą ustalane te sprawy ?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac. Sprawę dotyczącą prowadzenia prac nad uchwałą krajobrazową prowadzi Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Kalisza.</p>		
22	§5	Czy tu będą obowiązywały przepisy i pozwolenia wydane przed datą wejście uchwały ? Czy przewidujecie jakiś okres na przystosowanie się podmiotów gospodarczych które już posiadają szyldy itp. Czy mogą liczyć na jakieś ulgi w podatkach w kwestii wymiany szyldów.
<p>Odpowiedź: Przepisy dotyczące terminów dostosowawczych zostały określone w §7. Uchwała obejmuje wszystkie reklamy istniejące oraz nowo powstałe. W projekcie uchwały, będącym przedmiotem niniejszych konsultacji, nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.</p>		
23	§7 ust. 1 §7 ust. 2 §7 ust. 3	Czy ten termin może być wydłużony ze względu na koszty oraz chociażby obecna sytuację gospodarczą która we wszystkich branżach nam się bardzo mocno pogarsza ? / koszty związane z przeniesieniem reklam są bardzo duże, czy miasto przewiduje jakieś odszkodowania w sprawie wejścia w życie uchwały? Czy jest możliwość wydłużenia terminu?
<p>Odpowiedź: W związku z częstym zwróceniem uwagi na trudną sytuację gospodarczą, przedłużono terminy dostosowawcze.</p>		
24	§8	Czy inne rodzaju konstrukcji też ten punkt może dotyczyć ?
<p>Odpowiedź: Przepis dotyczy wymienionych w nim elementów.</p>		
25	§9 ust. 1	Czas na to będzie w odniesieniu do terminów wyżej nadmienionych ?



**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

<p>Odpowiedź: Warunki dostosowania należy spełnić w terminach dostosowania.</p>		
26	§9 ust. 2	czy można tu rozumieć iż prawo nie działa wstecz ten punkt jest dla nas trochę niezrozumiały ?
<p>Odpowiedź: Te kwestie będzie badał organ nadzoru jakim jest Urząd Wojewódzki zgodnie z procedurą uchwalania uchwały krajobrazowej zawartą w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293).</p>		
27	§12	Czy ten temat można omówić telefonicznie ?
<p>Odpowiedź: Wszelkie informacje dotyczące uchwały można uzyskać telefonicznie lub mailowo.</p>		
28	§13 pkt 1) lit. a)	jeżeli podmiotów na danej posesji jest więcej to którego podmiotu szyld będzie mógł zostać kto to będzie ustalał ? / Jak będzie wybierane pozostawienie szyldów jeśli jest ich więcej?
<p>Odpowiedź: Zadecyduje o tym właściciel nieruchomości.</p>		
29	§13 pkt 1) lit. e)	czy tu urząd przeanalizował techniczne możliwości materiałowe z których robi się szyldy reklamy ? jakie obowiązują standardy materiały itp. ? Uważamy że podane wymiary są mało realne, 1m <sup>2</sup> to tabliczka w strefie A. Natomiast 6m <sup>2</sup> na budynku dużej galerii to również element który zginie.
<p>Odpowiedź: Tak, dokonano stosownej analizy. Przytoczone wymiary dotyczą szyldów. Zmieniono dopuszczalny maksymalny wymiar szyldu równoległego na obiektach wielkopowierzchniowych o powierzchni użytkowej powyżej 30 000 m<sup>2</sup>.</p>		
30	§13 pkt 1) lit. f)	czy koszty dopasowanie będą na właścicielach kamienic lub ich najemców ?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.</p>		
31	§13 pkt 2) lit. a)	a co z galeriami handlowymi , placówkami bankowymi , dyskontami które mają bardzo często za klejone w pełni elementy szklane witryny i wejścia ?
<p>Odpowiedź: Obiekty te będą musiały dostosować witryny do zapisów uchwały w terminach dostosowania.</p>		
32	§13 pkt 2) lit. b)	kto będzie nadzorował tego typu prace przy takiej ilości podmiotów ? czy każdy podmiot przez ustaleniem reklamy będzie musiał kontaktować się z urzędem miasta ?/ czy będzie wyznaczona jedna osoba do kontrolowania różnych paragrafów?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach</p>		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

prac. Sprawę dotyczącą prowadzenia prac nad uchwałą krajobrazową prowadzi Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Kalisza.		
33	§13 pkt 3) §13 pkt 4) §13 pkt 5)	czy tu urząd przeanalizował techniczne możliwości materiałowe z których robi się szyldy reklamy ? jakie obowiązują standardy materiały itp. ? czy koszty dopasowanie będą na właścicielach kamienic lub ich najemców ?
Odpowiedź: Tak, dokonano stosownej analizy. W projekcie uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.		
34	§13 pkt 5)	a co jeżeli gabloty i standardy przyjęte jako normy w innych miastach nie będą nie będą miały w/w wymiaru ?
Odpowiedź: Reguluje to art. 37d ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 293) . Każda gmina/miasto może ustanowić własne zasady i warunki sytuowania reklam.		
35	§13 pkt 6) lit. a)	kto będzie ustalał jaki podmiot będzie miał pierwszeństwo do tego szyldu jeżeli jest ich kilka ?
Odpowiedź: Zadecyduje o tym właściciel nieruchomości.		
36	§13 pkt 6) lit. b)	czy tu jest możliwa korekta wymiarów większość tablic obowiązująca w innych miastach i powszechnie stosownych standardach ma inne wymiary niż proponowane , czy jest tu możliwe konsultacja ? i omówienie zagadnienia /
37	§13 pkt 7)	czy ta wielkość jest wystarczająca w przypadku przekazu np. o rekrutacji lub naborze uczniów?
38	§13 pkt 7) §13 pkt 8) §13 pkt 13) lit. a) tiret 1	czym się sugerowano ustalać taki a nie inny wymiar ?
39	§13 pkt 12) lit. a) §13 pkt 12) lit. b)	czy to jest wymiar standardowy ?
40	§13 pkt 13) lit. b) tiret 1	czy ten wymiar może być dopasowany do powszechnie istniejącego bilbordów 12 m <sup>2</sup> 9 m 2 – jest to niestandardowa konstrukcja nie praktykowana w reklamie
41	§13 pkt 13) lit. c)	czy to są formaty standardowe i modułowe obowiązujące powszechnie na rynku reklamy ?
42	§14 pkt 4)	Czy ten wymiar może być inny gdyż nie jest standardem obowiązujący powszechnie w reklamie / czy można zwiększyć do 12 m <sup>2</sup> ?
43	§13 pkt 13) lit. a) tiret 2, §13 pkt 13) lit. a) tiret 3	czy tu wysokość może być 1 m wyższa ? Standardowe tablice mają rozmiar 2,38 m – 3 wysokości. Standardowe tablice 18 m <sup>2</sup> mają wysokość 3m- 3,2m

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

<p>Odpowiedź:                  Przyjęte wymiary nośników wolnostojących, tablic oraz reklam wielkoformatowych zostały zasugerowane pisemnie przez Ogólnopolską Izbę Gospodarczą reklamy wielkoformatowej. Niektóre wymiary zostały skorygowane w toku niniejszych konsultacji.</p>		
44	§13 pkt 9)	jeżeli te formy są darowane przez reklamodawcę i mają inny wymiar niż proponowanej co wtedy dany restaurator ma zrobić ?
<p>Odpowiedź:                  Formy darowane przez reklamodawcę powinny spełniać wymagania uchwały.</p>		
45	§13 pkt 13) lit. a) tiret 1	Na jakiej wysokości może być zamontowana dolna krawędź tablicy
<p>Odpowiedź:                  Nie jest to określone w zapisach uchwały, w związku z tym istnieje dowolność w tej kwestii.</p>		
46	§14 pkt 1) lit. b)	Jeśli budynek posiada okno lecz nikt z niego nie korzysta i nie wpływa na warunki życia ludzi mieszkających w danym obiekcie będzie można pominąć dany punkt?
<p>Odpowiedź:                  Nie przewidziano wyjątków od zapisów uchwały.</p>		
47	§14 pkt 1) lit. c)	czy promień ten będzie liczony od środka drogi lub ronda do krawędzi reklamy ? / Jak liczony jest promień? Od środka skrzyżowania? Czy jest możliwość aby zmniejszyć promień?
	§17 pkt 1) lit. c)	czy tu też będzie brany pod uwagę promień ?
<p>Odpowiedź:                  Odległości są liczone zgodnie z Ustawą z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 470). Zapis doprecyzowano.</p>		
48	§14 pkt 1) lit. e)	czyli na posesjach prywatnych nie będzie możliwe sytuowanie reklam ? a jak się to będzie miało w odniesieniu do okresu wyborczego ? Co w sytuacji gdy właściciel gruntu zgłosi w urzędzie skarbowym oraz urzędzie miasta ok 5 m <sup>2</sup> posesji pod działalność gospodarczą i będzie płacił podatek za ten grunt jak od działalności? W przepisach ministerstwa finansów jest możliwość zarejestrowania wynajmu gruntu lub nieruchomości bez potrzeby rejestrowania działalności gospodarczej. / Czyli nie będzie można wynajmować terenu od osób prywatnych?
<p>Odpowiedź:                  Do treści uchwały nie wpisuje się definicji użytych w przepisach odrębnych. Definicja działalności gospodarczej znajduje się m.in. w ustawie z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1387 z późn. zm.). Definicję należy rozumieć tak jak w przepisach odrębnych. Projekt uchwały nie dotyczy reklamy wyborczej, regulacje te odbywają się poprzez Zarządzenia Prezydenta Miasta.</p>		
49	§14 pkt 1) lit. j)	czy tu wszelkie banery drukowane na płotach nie będą możliwe do zawieszenia ?
<p>Odpowiedź:                  Uchwała nie przewiduje możliwości sytuowania reklam na ogrodzeniach.</p>		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

50	§14 pkt 1) lit. k)	Czyli dostosowując się do innych podpunktów a znak będzie stał 2 metry od billboardu to nie będzie możliwe pozostawienie takiej reklamy?
<p>Odpowiedź: Jeśli w pytaniu chodzi o element Systemu Informacji Miejskiej to nie będzie możliwe, chyba że ten element powstał po wejściu w życie uchwały, wtedy nie trzeba odsuwać tablic i urządzeń.</p>		
51	§14 pkt 1) lit. p)	Jak się to ma do Galerii handlowych będących w strefie z ograniczonymi wymiarami ?/ Co z galerią Amber? Jest tam dużo wielkopowierzchniowych banerów rozwieszonych na budynku, co wpływa na efekt wizualny
<p>Odpowiedź: Na elewacjach galerii umieszczone są szyldy, przepis dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami.</p>		
52	§14 pkt 2) lit. a)	a jeżeli sponsor imprezy lub ewentu będzie nie jeden lub więcej jaki będzie podział tej formy reklamy ?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały nie ma obostrzeń co do ilości, są zapisy dotyczące warunków sytuowania i określony czas ekspozycji reklamy.</p>		
53	§14 pkt 2) lit. b)	będzie słownie jeden na Głównym rynku ? Czy może go postawić jakiś podmiot zewnętrzny? Czy będą jakieś przetargi na to?
<p>Odpowiedź: Jest to zapis dotyczący istniejącego słupa.</p>		
54	§14 pkt 3) lit. b)	czy to zostanie przekazane agencją reklamowym czy dysponować tym będzie urząd miasta ? Czy będzie możliwe ustawienie citylightów przy przystankach? I czy miasto ustali koszt podnajmu terenu na możliwy do akceptacji przez agencje aby można jeszcze coś zarobić?
<p>Odpowiedź: W projekcie uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały. Zasugerowane w pytaniach kwestie zostaną rozpatrzone w kolejnych etapach prac.</p>		
55	§14 pkt 6)	jak wybrać tu właściciela który chce i pozwala umieścić konstrukcje na swoje posesji a pobiera za to opłatę lub obecnie istniejące konstrukcje są w mniejszej odległości od siebie ? a co powierzchniami większymi niż w/w a takie profesjonalne konstrukcje reklamowe na terenie miasta istnieją ? w standardach preferowanych na całym świecie ?/ Na jakiej podstawie będzie wybierane jaka reklama może zostać a która musi być usunięta? Biorąc pod uwagę że reklamy należą do różnych agencji reklamowych?
<p>Odpowiedź: Zadecyduje o tym właściciel nieruchomości. Niezgodne z zapisami uchwały reklamy będą musiały być usunięte w terminie dostosowawczym.</p>		

**ZESTAWIENIE UWAG - PROJEKT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ MIASTA KALISZA**

56	§15 pkt 2)	czy tu chodzi o ekrany ledowe monitory tv w witrynach
Odpowiedź: Tak, jeśli nie są sztyldami i emitują zmienne światło, pulsujące lub migające.		
57	§ 19 pkt 1) lit. c)	Czemu ograniczenie dotyczy całego obszaru miasta?
Odpowiedź: Nie jest to preferowany element wyposażenia ogródków gastronomicznych. W toku niniejszych konsultacji ograniczono zakaz do stref A i B.		

Dane do kontaktu:

Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury

Urząd Miasta Kalisza

Główny Rynek 20

Plastyk Miejski – Hanna Zalewska

tel. 62 7654355

mail: [hzalewska@um.kalisz.pl](mailto:hzalewska@um.kalisz.pl)