

**UCHWAŁA NR .....**  
**RADY MIASTA TORUNIA**  
**z dnia .....**

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1372) oraz art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.), uchwała się, co następuje:

Rozdział 1  
Przepisy ogólne

**§ 1.** Uchwala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, obowiązujące na całym obszarze Gminy Miasta Toruń, z wyłączeniem terenów działek geodezyjnych:

- 1) 179/4, 179/7, 180/4, 176, 177, 115/1, 91/11 położonych w obrębie 2;
- 2) 188/6, 188/7, 109, 114/2, położonych w obrębie 6;
- 3) 120/8, 72, 63/3, 135, 159, 76, 78, 79, 80/3, 49/4, 51/8 położonych w obrębie 18;
- 4) 31, 32, 6/5, 8/9, 7/5, 8/6, 1/139, 1/144, 1/145 położonych w obrębie 19;
- 5) 753/2, 757/2 położonych w obrębie 32;
- 6) 174/1, 23/2, 171, 162/1, 163, 175, 170, 169/2, 347, 354, 352/2, 351/2, 357, 103/9 położonych w obrębie 55;
- 7) 106/2, 125/2, 99, 107/2, 120, 122, 62, 123, 100, 90, 126/3 położonych w obrębie 66,
- 8) 1124, 1125, 1128, 1129 położonych w obrębie 70;
- 9) 633, 632/1, 632/2, 753, 751, 752, 764, 760, 634, 741, 746, 744, 756, 766, 767, 762, 763, 768, 759, 754/2, 765, 761 położonych w obrębie 71;
- 10) 342, 365, 360, 363, 344, 361, 364, 362, 343, 345, 346/4 położonych w obrębie 72;
- 11) 1/62, 1/63, 1/64, 1/65, 1/66, 1/67, 1/57, 1/58, 1/73, 1/70, 1/71, 1/45, 3, 1/68, 1/69, 2002/2, 2002/3, 2003/4, 2003/5, 2004/3, 2017/6, 2017/7, 2017/8, 2017/9, 2018/7, 2018/8, 2019, 2020/1, 2021/1, 2022/1, 2023/11, 2024/9, 2037/2, 2038/1, 2039/1 położonych w obrębie 75, stanowiących tereny zamknięte ustalone przez organy inne niż ministra właściwego do spraw transportu.

**§ 2. 1.** Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej uchwale, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Uchwały nie stosuje się do tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, sytuowanych na terenach niewidocznych z przestrzeni dostępnej publicznie oraz we wnętrzach lokali usługowych i wnętrzach budynków poza obszarem witryny.

**§ 3. 1.** Integralnymi częściami niniejszej uchwały są:

- 1) Załącznik nr 1 do niniejszej uchwały zawierający graficzne przedstawienie obszarów o różnych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sporządzony w skali 1:10 000;
- 2) Załącznik nr 2 zawierający opis granic obszarów o różnych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;
- 3) Załącznik nr 3 zawierający rozstrzygnięcie przez Radę Miasta Torunia o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Torunia uwag wniesionych do projektu uchwały wyłożonego do publicznego wglądu.

**§ 4. 1.** Ilekroć w niniejszych uchwałach jest mowa o:

- 1) banerze reklamowym – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na tkaninie, miękkim tworzywie sztucznym lub na papierowej folii impregnowanej, z wyłączeniem reklam umieszczanych w gablotach ekspozycyjnych, oraz tymczasowych przekazów ogłoszeniowych dotyczących nieruchomości na których są zlokalizowane takich jak sprzedaż, wynajem;
- 2) obszarze zabytkowym, budynku zabytkowym, ogrodzeniu zabytkowym lub obiekcie o wartości zabytkowej – należy przez to rozumieć obszar, budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, objęte ochroną konserwatorską na podstawie ustaleń miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego lub wpisem do rejestru zabytków bądź gminnej lub wojewódzkiej ewidencji zabytków, ze względu na ich wartość historyczno - kulturową;
- 3) elementach wygradzeniowych – należy przez to rozumieć wszelkie obiekty umieszczone, w celu wygradzenia przestrzeni, np. przesła wygradzeniowe, donice z roślinnością, żywopłot, elementy kamienne, bariery, słupki itp., nie stanowiące stałych ogrodzeń;
- 4) historycznych reklamach – należy przez to rozumieć reklamy umieszczone na elewacjach i dachach budynków przed 1 stycznia 1990r., w tym takie, których treść reklamowa uległa dezaktualizacji;
- 5) kasetonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, posiadające wewnętrzne źródło światła;
- 6) literach przestrzennych, logo przestrzennym, logotypie przestrzennym – należy przez to rozumieć tablicę bądź urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy napisu, logotypu lub logo, nieposiadające tła, stanowiące reklamę lub nazwę własną podmiotu gospodarczego;
- 7) logo – należy przez to rozumieć znak firmowy, logotyp bądź ich połączenie stanowiące element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp.,
- 8) logotypie – należy przez to rozumieć napis, stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp., występujący samodzielnie bądź wraz ze znakiem firmowym;
- 9) markizie – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek, osłaniający okno, drzwi, ogródek gastronomiczny lub witrynę sklepową, mogący zawierać wkomponowaną w lambrekin reklamę;
- 10) meblach miejskich – należy przez to rozumieć obiekty małej architektury stanowiące wyposażenie przestrzeni publicznej, takie jak: ławki, wiaty przystankowe i zadaszenia, tablice informacyjne, budki telefoniczne, latarnie uliczne, słupki parkingowe i pachołki, a także

ogrodzenia publicznych terenów zieleni wraz z furtkami i bramami, kosze na śmieci, stojaki na rowery;

- 11) Miejskim Systemie Informacyjnym (MSI) – należy przez to rozumieć jednolity system informacji obejmujący tablice, znaki informacyjne i przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji ulicowej, adresowej, kierunkowej oraz turystycznej, inne niż znaki drogowe;
- 12) muralu reklamowym – należy przez to rozumieć malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, zawierające wkomponowany w malowidło przekaz reklamowy, z wyłączeniem murali reklamowych powstałych do roku 1989 jako kompozycje plastyczne bez aktualnej treści reklamowej;
- 13) sezonowym ogródku gastronomicznym, zwanym też ogródkiem – należy przez to rozumieć miejsce położone na zewnątrz lokalu gastronomicznego, powiązane z nim funkcjonalnie, przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych, którego zasadnicza forma składa się ze stolików, krzeseł, osłon przeciwdeszczowych i ażurowych wygrodzień;
- 14) oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld o powierzchni ekspozycyjnej czytelnej po zmierzchu dzięki zastosowaniu własnego, wewnętrznego lub zewnętrznego źródła światła o stałym natężeniu, z dopuszczeniem zmian natężenia oświetlenia w zależności od pory dnia bądź warunków atmosferycznych;
- 15) powierzchni ekspozycji reklamy, powierzchni ekspozycyjnej – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej;
- 16) pasie reklamowym – należy przez to rozumieć fragment elewacji budynku ograniczony: od dołu - górną krawędzią okien parteru, od góry - gzymsem wieńczącym parter, bądź w przypadku braku gzymsu – dolną krawędzią okien wyższej kondygnacji, a w przypadku ich braku – górną powierzchnią wykończenia stropu nad parterem, zaś w przypadku budynku parterowego bez stropu – dolną krawędzią konstrukcji dachu;
- 17) przestrzeni dostępnej publicznie – należy przez to rozumieć obszar stanowiący szczególnie tereny dróg publicznych, ciągów komunikacyjnych, placów, parków, zieleńców;
- 18) pylonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla reklamy umieszczonej na jego bocznej powierzchni;
- 19) pylonie wizytówkowym – należy przez to rozumieć pylon zlokalizowany w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku w którym prowadzona jest działalność, przeznaczony do ekspozycji szyldów wizytówkowych,
- 20) reklamie emitującej zmienne światło oraz umożliwiającej bieżącą zmianę informacji wizualnej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o tradycyjnej, elektronicznej lub cyfrowej powierzchni ekspozycyjnej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego lub zmiennego komunikatu lub w formie ruchomych obrazów i efektów wizualnych, w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, telebim itp. oraz reklamę audiowizualną generowaną przy pomocy urządzeń multimedialnych emitujących treści reklamowe lub informacyjne w formie wyświetlanego zmiennego obrazu lub dźwięku, w tym projektory i projektory holograficzne;

- 21) reklamie mobilnej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach, innych konstrukcjach i pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej w tym pojazdach z wyklejoną reklamą szybą przednią itp. oraz reklamę obnoszoną;
- 22) reklamie wyklejanej – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych oraz naklejanej na powierzchni innych obiektów trwale związanych z gruntem;
- 23) reklamie okolicznościowej – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na okres nie dłuższy niż 21 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia wraz z usunięciem do 5 dni roboczych po wydarzeniu (łącznie nie dłużej niż 40 dni kalendarzowych), związanej wyłącznie z wydarzeniami kulturalnymi, sportowymi, społecznymi, religijnymi, historycznymi, targowymi, festynami, koncertami itp. lub wydarzeń pod patronatem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, Prezesa Rady Ministrów, Wojewody Kujawsko-Pomorskiego, Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Prezydenta Miasta Torunia;
- 24) reklamowej siatce ochronnej – należy przez to rozumieć zabezpieczenie rusztowań, montowane wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych, umieszczone na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy;
- 25) reklamie wolnostojącej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe, gruntem posiadające własną konstrukcję wsporczą opierającą się na gruncie, bądź ustawione bezpośrednio na gruncie;
- 26) reklamie wyborczej – należy przez to rozumieć eksponowanie materiałów wyborczych w rozumieniu ustawy Kodeks Wyborczy;
- 27) siatce reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci reklamy wykonanej na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki;
- 28) słupie ogłoszeniowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach itp.;
- 29) potykaczu – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną lub jednostronną powierzchnią ekspozycyjną o wymiarach nieprzekraczających 1,0x0,7 m w układzie pionowym wystawiane wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego, usługowego lub rzemieślniczego;
- 30) stojaku reklamowym – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, składające się z konstrukcji stojaka oraz z dwustronnej lub jednostronnej powierzchni ekspozycyjną o wymiarach pola ekspozycji nieprzekraczających 1,0x0,7 m w układzie poziomym lub pionowym wystawiane wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego, usługowego lub rzemieślniczego w celu wyeksponowania informacji o menu lokalu gastronomicznego lub o towarach/usługach oferowanych w lokalu;
- 31) spójności stylistycznej – należy przez to rozumieć dążenie do wzajemnego zharmonizowania poszczególnych elementów zagospodarowania terenu poprzez zachowanie zgodności formy, rodzaju zastosowanych materiałów lub kolorystyki;
- 32) szyldzie semaforowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej w budynku bądź na terenie nieruchomości, umieszczone na wysięgniku, prostopadle do elewacji budynku;

- 33) szyldzie wizytówkowym – należy przez to rozumieć szyld o wymiarach i miejscu ekspozycji określonych w przepisach szczegółowych niniejszej uchwały;
- 34) tablicy kierunkowej – należy przez to rozumieć tablicę, będącą częścią Miejskiego Systemu Informacyjnego, umieszczoną na słupie oświetleniowym, trakcyjnym, trakcyjno-oświetleniowym lub na własnej konstrukcji nośnej, wskazującą lokalizację obiektu użyteczności publicznej, atrakcji turystycznej lub działalności gospodarczej, zakończoną kierunkowskazem w kształcie trójkąta;
- 35) terenach zieleni – należy przez to rozumieć tereny zieleni w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody.
- 36) totemie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci słupa lub innej pionowej konstrukcji, mocowanej w gruncie, o wysokości powyżej 7 m, w którego górnej części umieszczone jest logo lub logotyp reklamowanej działalności gospodarczej, widoczny co najmniej z dwóch kierunków lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic o jednakowych gabarytach, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;
- 37) uchwale – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę ustalającą zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 38) witrynie – należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia witryny oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia witryny a równoległą do niej płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeża witryny;
- 39) znaku firmowym – należy przez to rozumieć symbol graficzny stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp., występujący samodzielnie bądź wraz z logotypem.

2. Pojęcia występujące w niniejszej uchwale, nie wyjaśnione w ust. 1, należy interpretować zgodnie z definicjami przyjętymi w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz z definicjami wynikającymi z Polskich Norm i przepisów odrębnych, a w przypadku braku definicji – w rozumieniu powszechnym zdefiniowanym przez słownik języka polskiego.

3. W rozumieniu niniejszej uchwały nie stanowią reklamy:

- 1) informacje umieszczane na drzwiach, oknach lub witrynach zawierające wyłącznie informacje na temat:
  - a) możliwości dokonywania płatności kartami płatniczymi oraz korzystania z innych kart, w szczególności: rabatowych, lojalnościowych, wydawanych w ramach programów partnerskich, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę, jak również dotyczące zwrotu podatku VAT, o powierzchni nie większej niż 155,4 cm.kw. odpowiadającej powierzchni formatu A6 (10,5 cm x 14,8 cm),
  - b) godzin otwarcia lokalu, o powierzchni nie większej niż 1247,4 cm.kw. odpowiadającej powierzchni formatu A3 (42,0 cm x 29,7 cm),
  - c) ochrony/monitoringu obiektu, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę;

- 2) tablic informujących o współfinansowaniu projektów ze środków publicznych, w tym Unii Europejskiej, których umieszczenia wymagają przepisy odrębne;
- 3) tablic informacyjnych na temat fundatora, sponsora bądź mecenasu umieszczonych na obiekcie małej architektury, pomniku, o ile powierzchnia tablicy nie przekracza 2% powierzchni boku obiektu, na którym została umieszczona, a w przypadku braku możliwości określenia takiej powierzchni wynikającego z nieregularnego kształtu obiektu – powierzchni boku figury geometrycznej opisanej na obiekcie, przy czym maksymalna powierzchnia tablicy informacyjnej nie może przekroczyć powierzchni 1247,4 cm.kw. odpowiadającej powierzchni formatu A3 (42,0 cm x 29,7 cm);
- 4) murale zawierające treści artystyczne, popularno-naukowe, historyczne, edukacyjne, będące wielkoformatową grafiką ścienną wykonaną na elewacji budynku.

## Rozdział 2.

### Przepisy obowiązujące dla całości obszaru objętego uchwałą

§ 5. 1. Podmiot prowadzący działalność na nieruchomości może umieścić na niej szyld lub szyldy, w zależności od dostępnego miejsca i z zachowaniem warunków określonych w ust. 1 - 2:

- 1) na elewacji budynku,
- 2) na pylonie wizytówkowym;
- 3) na podporze bądź przęśle ogrodzenia nieruchomości;
- 4) nad bramą wjazdową bądź furtką wejściową.

2. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, z zastrzeżeniem ust. 3:

- 1) podmiot prowadzący działalność w budynku może umieścić 1 szyld w obrębie pasa reklamowego tego budynku, w formie równoległej do elewacji, o wysokości nie przekraczającej 75% wysokości pasa reklamowego, przy czym dopuszcza się następujące formy szyldu:
  - a) szyldy w formie tablicy przytwierdzonej do elewacji,
  - b) szyldy wykonane bezpośrednio na elewacji,
  - c) szyldy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
  - d) szyldy w postaci podświetlanego kasetonu;
- 2) dla szyldu w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła dopuszcza się umiejscowienie poza pasem reklamowym - na elewacji budynku, w obrębie kondygnacji powyżej parteru;
- 3) podmiot prowadzący działalność w budynku może umieścić 1 szyld semaforowy, w obrębie pasa reklamowego tego budynku, o powierzchni nie przekraczającej 0,3 m.kw., przy czym dolna krawędź szyldu powinna znaleźć się na wysokości większej, niż 2,5 m. nad poziomem terenu;
- 4) podmiot prowadzący działalność w budynku może umieścić 1 szyld na elewacji budynku w formie szyldu wizytówkowego o powierzchni nie przekraczającej 0,1 m.kw., zlokalizowanego w sąsiedztwie wejścia do budynku, z którego dostępny jest dany lokal; w przypadku lokali dostępnych z wejść zlokalizowanych poza elewacją frontową budynku (w bramie bądź podwórzu) – szyldy powinny być zlokalizowane w sąsiedztwie bramy bądź na

ścianach bocznych przejazdu bramnego, przy czym w przypadku prowadzenia w budynku działalności przez więcej niż 1 podmiot, szyldy wizytówkowe powinny być grupowane i zakomponowane wspólnie;

- 5) podmiot prowadzący działalność w budynku, którego elewacja frontowa jest odsunięta od granicy nieruchomości, na której się znajduje, może umieścić 1 dodatkowy szyld, w postaci, do wyboru:
  - a) szyldu wizytówkowego o powierzchni nie przekraczającej 0,1 m.kw., umieszczonego na podporze bądź przęśle ogrodzenia w sąsiedztwie bramy wjazdowej lub furtki wejściowej, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony,
  - b) szyldu w formie tablicy bądź liter przestrzennych bez tła, umieszczonego ponad bramą wjazdową bądź furtką wejściową, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony, przy czym wysokość szyldu nie powinna przekraczać 75% wysokości pasa reklamowego budynku, w którym prowadzona jest działalność,
  - c) szyldu umieszczonego na pojedynczym pylonie wizytówkowym, o ile przepisy szczegółowe określone dla danej strefy reklamowej dopuszczają lokalizację pylonów reklamowych, przy czym wysokość pylonu powinna być zgodna z wysokością określoną dla urządzeń reklamowych w przepisach szczegółowych niniejszej uchwały,
  - d) w przypadku, gdy działalność na danej nieruchomości prowadzi więcej niż jeden podmiot, na pylonie wizytówkowym mogą zostać umieszczone szyldy wizytówkowe tych podmiotów, przy czym powierzchnia pojedynczego szyldu nie może przekroczyć 0,3 m.kw.,
  - e) w przypadku, powierzchnia nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, przekracza 10.000 m.kw., dopuszcza się usytuowanie dodatkowego pylonu wizytówkowego;
- 6) obowiązuje zakaz umieszczania na szyldach znaków firmowych innych niż oznaczenia podmiotu gospodarczego prowadzącego działalność w danym budynku obejmujące nazwę, logo oraz zwięzłe określenie przedmiotu działalności;
- 7) wymóg lokalizacji szyldów w obrębie pasa reklamowego nie dotyczy budynków usługowych z pierwotnie zaprojektowanymi miejscami na szyld lub ekspozycję reklamy;
- 8) obowiązuje maksymalna łączna powierzchnia szyldów przypadających na jeden podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości wynosząca 0,5 m.kw. na każde zakończone 100 m.kw. powierzchni użytkowej lokalu, w którym prowadzona jest działalność, przy zachowaniu maksymalnych powierzchni ustalonych dla poszczególnych rodzajów szyldów;
- 9) obowiązuje nakaz zachowania odległości szyldów minimum 0,5 m od znaków Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 10) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów na balustradach balkonów i tarasów oraz balustradach schodów;
- 11) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów w postaci tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej.

3. Ustala się następujące zasady i warunki umieszczania szyldów na budynkach i ogrodzeniach zabytkowych, z zachowaniem ogólnych zasad i warunków sytuowania, gabarytów oraz liczby szyldów, określonych w ust. 2:

- 1) dla szyldów lokalizowanych w obrębie pasa reklamowego nakaz ich umieszczania zgodnie z osią symetrii elewacji oraz otworów okiennych i drzwiowych;

- 2) zakaz umieszczania szyldów w postaci podświetlanych kasetonów;
- 3) zakaz umieszczania szyldów w miejscach zasłaniających detal architektoniczny w szczególności gzymsy, pilastry, lizeny, kolumny, płyciny, frontony, naczółki, obramienia okienne, ornamenty, okna, drzwi, balustrady i inne elementy dekoracyjne oraz w sposób naruszający podział i rytm elewacji;
- 4) dla szyldów wizytówkowych nakaz ich dostosowania do podziałów elewacji i detalu architektonicznego, w szczególności do boniowania elewacji bądź ogrodzenia;
- 5) nakaz wykonania szyldów w kolorystyce monochromatycznej lub bichromatycznej;
- 6) szyldy w obrębie jednego budynku lub zespołu budynków winny być umieszczane według jednolitych zasad tj. powinny zachowywać podobną formę, wielkość i kolorystykę.

**§ 6. 1.** Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

1) obowiązuje zakaz lokalizacji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) na budynkach mieszkalnych z wyjątkiem:

- 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła umieszczonych na dachu budynku, wyłącznie dla budynków o wysokości przekraczającej 15 m.,
- siatki reklamowej bądź muralu reklamowego na ścianie budynku pozbawionej otworów okiennych i drzwiowych, wyłącznie dla budynków o wysokości powyżej 15 m, przy czym siatka bądź mural reklamowy winien zagospodarować całość powierzchni ściany jako jednolitą kompozycję plastyczną,

b) na dachach budynków innych niż mieszkalne, z wyjątkiem 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczonej na dachu budynku o wysokości przekraczającej 15m.

c) na budynkach administracji samorządowej i rządowej, kultury, oświaty, szkolnictwa wyższego, nauki i wychowania, z wyłączeniem reklamy okolicznościowej,

d) na budynkach zabytkowych,

e) na ogrodzeniach,

f) na elementach inżynierskich związanych z ruchem drogowym i kolejowym takich jak: mosty, wiadukty, kratownice, bramownice, bariery ochronne,

g) na słupach trakcji tramwajowej i latarniach ulicznych z wyłączeniem;

- reklamy okolicznościowej oraz wyborczej umieszczonej w układzie pionowym na nośniku o szerokości do 1,0 m, w tym na nośniku flagowym,
- tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego;

h) na pomnikach i miejscach pamięci narodowej,

i) na drzewach,

j) na terenach zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej,

k) w obrębie cmentarzy,

l) na obiektach kultu religijnego,

m) na terenach objętych formami ochrony przyrody, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej,

n) na terenach lasów, parków, na obszarach rodzinnych ogrodów działkowych,

o) na terenach ogródków gastronomicznych, z dopuszczeniem umieszczania nazwy, logotypu bądź znaku firmowego wyłącznie na lambrekinach parasoli i markiz oraz na elementach



- wygodzeniowych z ograniczeniem ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła,
- p) w formie reklam mobilnych, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
- 2) zakaz umieszczania, plakatów, wlepek, naklejek, ulotek, ogłoszeń itp. poza miejscem do tego celu wyznaczonym;
- 3) wzajemne odległości pomiędzy 2 wolnostojącymi tablicami reklamowymi nie mogą być mniejsze niż 15 krotność szerokości szerszej tablicy bądź urządzenia reklamowego, z wyłączeniem:
- a) reklamy okolicznościowej,
  - b) tablic i urządzeń reklamowych formatu „S”,
  - c) tablic i urządzeń reklamowych zlokalizowanych na terenach ustalonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako:
    - tereny rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m<sup>2</sup>,
    - tereny zabudowy usługowej,
    - obiektów produkcyjnych, składów i magazynów,
    - terenów sportu i rekreacji;
- 4) odległość wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych od okien budynków mieszkalnych nie może być mniejsza niż 10 krotność wysokości danej tablicy lub urządzenia reklamowego, liczonej wraz z konstrukcją wsporczą;
- 5) wolno stojące tablice i urządzenia reklamowe powinny zostać wkomponowane w otoczenie, nie przesłaniać widoków na obiekty wpisane do rejestru zabytków, pomniki, tablice pamiątkowe, rzeźby, fontanny oraz miejsca pamięci narodowej;
- 6) dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy czym obowiązuje zakaz stosowania tablic i urządzeń reklamowych prezentujących ruchomy obraz oraz efekty wizualne;
- 7) dla tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej ustala się minimalny interwał czasowy zmiany informacji o długości 10 s., przy czym nie dopuszcza się stosowania przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami;
- 8) dopuszcza się oświetlenie lub podświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych światłem o stałym natężeniu, z możliwością zmian natężenia oświetlenia lub podświetlenia uzależnionych od pory dnia i warunków meteorologicznych;
- 9) miejsce ustawienia przenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych tj. potykaczy i stojaków reklamowych, nie może powodować zagrożenia dla ruchu oraz nie może ograniczać szerokości pasa ruchu poniżej szerokości minimalnej, wymaganej przepisami odrębnymi.
2. Ustala się następujące standardowe formaty i typy tablic i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami dopuszczone do stosowania na terenie miasta:
- 1) dla tablic reklamowych, gdzie pierwsza wartość określa szerokość, a druga - wysokość pola ekspozycji reklamy:
- a) format „S” o wymiarach pola ekspozycji reklamy do 1,2m x 1,8m,
  - b) format „M” o wymiarach pola ekspozycji reklamy: 3,6m x 2,5m, 4m x 3m lub 5 m x 2,4m,
  - c) format „L” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 6m x 3m,
  - d) format „XL” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 12m x 3m lub 12m x 4m;
- 2) dla urządzeń reklamowych:
- a) słup ogłoszeniowe stanowiące walec o maksymalnej wysokości do 4 m i średnicy do 1,7 m,

- b) pylon reklamowy typ S o maksymalnej wysokości do 3 m,
  - c) pylon reklamowy typ M o maksymalnej wysokości do 5 m,
  - d) pylon reklamowy typ L o maksymalnej wysokości do 8 m,
  - e) totem reklamowy typ L o maksymalnej wysokości do 18 m.
  - f) totem reklamowy typ XL o maksymalnej wysokości do 25 m.
- 3) dla tablic i urządzeń reklamowych w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczonego na budynku ustala się maksymalną wysokość nie większą, niż 1/10 wysokości budynku;
  - 4) dla tablic i urządzeń reklamowych w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku ustala się maksymalną wysokość tablicy bądź urządzenia – 2,5 m., jednak nie większą, niż 1/5 wysokości budynku;
  - 5) dla nośników flagowych ustala się maksymalne wymiary pola ekspozycji: 1m x 10 m w formacie pionowym,
  - 6) dla tablic kierunkowych Miejskiego Systemu Informacyjnego ustala się wymiar jednego modułu: 1,3 m x 0,3m, w układzie horyzontalnym z dopuszczeniem maksymalnego łączenia do 6 modułów w układzie pionowym, gdzie pole kierunkowskazu wynosi 0,3 m x 0,3 m;
  - 7) dla reklamy wyborczej umieszczanej na słupach trakcji tramwajowej i latarniach ulicznych dopuszcza się umieszczenie 1 dwustronnego nośnika na jednym słupie bądź latarni.
3. Dopuszcza się zmianę wymiarów określonych w ust. 2 o wartość nie większą niż 5%.
4. W rozdziale 3 - przepisy szczegółowe - określa się formaty i typy tablic i urządzeń reklamowych dopuszczone do stosowania w zależności od strefy reklamowej.

**§ 7.** Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz stosowania reklam w formie banerów reklamowych, z wyłączeniem:
  - a) reklamy wyborczej, gdzie banery mogą być umieszczane nad sceną lub pod sceną w trakcie spotkań i wieców wyborczych,
  - b) reklamy okolicznościowej;
- 2) nakaz stosowania materiałów zapewniających trwałość barw i odpornych na czynniki atmosferyczne;
- 3) nakaz stosowania kolorystyki monochromatycznej lub bichromatycznej na siatkach i muralach reklamowych umieszczanych na elewacjach budynków mieszkalnych;
- 4) na elementach tablic i urządzeń reklamowych, nie stanowiących pola ekspozycji reklamy zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami RAL: 6005, 6028, 7011, 7012, 7015, 7016, 7024, 7031, 7043, 9006;;
- 5) dla wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, nakaz całkowitego zagłębienia w gruncie ich fundamentów;
- 6) nakaz zabudowania złożonych elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych typu kratownice.

**§ 8. 1.** Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty obiektów małej architektury:

- 1) obiekty należy sytuować w sposób niekolidujący z funkcjami i sposobem zagospodarowania terenu;

- 2) obiekty należy sytuować w taki sposób, aby nie przesłaniały detalu architektonicznego obiektów zabytkowych ani widoku na obiekty zabytkowe;
  - 3) należy dostosować skalę i formę obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego oraz do charakteru wnętrza urbanistycznych i krajobrazowych;
  - 4) obiekty należy sytuować w sposób zapewniający bezpieczeństwo użytkowania i nie ograniczając dostępu dla osób niepełnosprawnych, zachowując ciągłość swobodnego przejścia i przejazdu dla pieszych i rowerzystów;
  - 5) dopuszcza się lokalizację akcentów plastycznych promujących miasto Toruń, w tym tzw. witacze ustawionych wzdłuż dróg wjazdowych do miasta, w formie tablic lub pylonów o maksymalnych wymiarach zgodnych z wymiarami tablic i urządzeń reklamowych dopuszczonymi w przepisach szczegółowych lub w formie rzeźby bądź innej instalacji artystycznej.
2. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania sezonowych ogródków gastronomicznych, zwanych dalej ogródkami, z zastrzeżeniem ust. 3:
- 1) dopuszcza się lokalizowanie ogródków wyłącznie przed budynkiem, w którym – na parterze / w piwnicy – znajduje się czynny lokal gastronomiczny posiadający własne zaplecze i toaletę dla gości oraz wejście od strony ulicy/placu, przy której jest zlokalizowany,
  - 2) wszystkie elementy ogródka muszą mieć lekką przezierną konstrukcję, zapewniającą widok na budynek, przed którym stoją,
  - 3) maksymalna wysokość najwyższego elementu wyposażenia/konstrukcji ogródka nie może przekraczać 3,50m;
  - 4) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do elementów zabudowy i zagospodarowania mających istotne znaczenie dla funkcjonowania sieci infrastruktury technicznej, w tym m.in.: zasuw wodociągowych, studni rewizyjnych kanalizacji sanitarnej, hydrantów, studni rewizyjnych gazociągów, itp.,
  - 5) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do klatek schodowych w budynkach oraz przejść/przejazdów bramowych do wnętrza kwartałów urbanistycznych z przyległych ulic i placów miejskich, z nakazem zachowania dojścia/dostępu do budynku odpowiadającego szerokości bramy wejściowej/wjazdowej oraz szerokości drzwi/wrót wejściowych/wjazdowych,
  - 6) przy lokalizacji ogródka należy zachować:
    - a) pas chodnika o szerokości min. 1,5m, w tym w szczególności wydzielony w postaci płyt, o ile występuje,
    - b) przejazd dla ekip awaryjnych, ratowniczych – o minimalnej szerokości 4,0m;
  - 7) zakaz umieszczania na terenie ogródków:
    - a) osłon przeciwwiatrowych oraz służących do zabezpieczenia złożonego wyposażenia ogródka (np. plandek, folii, plexi, itp.),
    - b) ścian z przesuwanych paneli, drzwi, rolet, żaluzji oraz innych elementów architektonicznych służących do wyodrębnienia obiektu.
  - 8) dopuszcza się ażurowe ogrodzenia ogródków o max. wysokości 1,1m;
  - 9) dopuszcza się zadaszenia stolików wyłącznie w formie markiz lub parasoli;
3. Ustala się następujące, szczególne zasady i warunki sytuowania sezonowych ogródków gastronomicznych, położonych w obrębie strefy reklamowej „1”:

- 1) dopuszcza się lokalizowanie ogródków wyłącznie przed budynkiem, w którym – na parterze / w piwnicy – znajduje się czynny lokal gastronomiczny posiadający własne zaplecze i toaletę dla gości oraz wejście od strony ulicy/placu, przy której jest zlokalizowany,
- 2) wszystkie elementy ogródka muszą mieć lekką przezierną konstrukcję, zapewniającą widok na budynek, przed którym stoją,
- 3) maksymalna wysokość najwyższego elementu wyposażenia/konstrukcji ogródka nie może przekraczać 3,50m;
- 4) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do elementów zabudowy i zagospodarowania mających istotne znaczenie dla funkcjonowania sieci infrastruktury technicznej, w tym m.in.: zasuw wodociągowych, studni rewizyjnych kanalizacji sanitarnej, hydrantów, studni rewizyjnych gazociągów, itp.,
- 5) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do klatek schodowych w budynkach oraz przejść/przejazdów bramowych do wnętrz kwartałów urbanistycznych z przyległych ulic i placów miejskich, z nakazem zachowania dojścia/dostępu do budynku odpowiadającego szerokości bramy wejściowej/wjazdowej oraz szerokości drzwi/wrót wejściowych/wjazdowych,
- 6) przy lokalizacji ogródka należy zachować:
  - a) pas chodnika o szerokości min. 1,5m, w tym w szczególności wydzielony w postaci płyt, o ile występuje,
  - b) przejazd dla ekip awaryjnych, ratowniczych – o minimalnej szerokości 4,0m;
- 7) zakaz umieszczania na terenie ogródków:
  - a) osłon przeciwwiatrowych oraz służących do zabezpieczenia złożonego wyposażenia ogródka (np. plandek, folii, plexi, itp.),
  - b) ścian z przesuwanych paneli, drzwi, rolet, żaluzji oraz innych elementów architektonicznych służących do wyodrębnienia obiektu.
- 8) dopuszcza się ażurowe ogrodzenia ogródków o max. wysokości 1,1m;
- 9) dopuszcza się zadaszenia stolików wyłącznie w formie markiz lub parasoli;
- 10) dopuszcza się parasole z zachowaniem następujących zasad:
  - a) parasole pojedyncze, okrągłe lub wieloboczne o rozpiętości czaszy maksymalnie do 4,0m, bez grafiki na czaszy i o tych samych wymiarach w ramach jednego ogródka,
  - b) parasole, w ramach jednego ogródka, w jednolitej, pastelowej kolorystyce (np. biel, krem, ecru, beż, odcienie jasnej szarości) w dostosowaniu do kolorystyki elewacji budynku, przed którym stoją.
- 11) wszystkie elementy ogródka muszą być wykonane z materiałów naturalnych, takich jak: drewno, metal, szkło, tkaniny, lub materiałów imitujących naturalne,
- 12) elementy ogródka nie mogą być montowane na elewacji budynku z wyłączeniem markiz z zastrzeżeniem:
  - a) montaż markiz nie może naruszać detalu architektonicznego na elewacji budynku,
  - b) markiza nie może zasłaniać detalu architektonicznego na elewacji budynku,
- 13) szerokość ogródka nie może być większa niż szerokość lokalu gastronomicznego w budynku zaś łączna szerokość ogródków nie może przekroczyć szerokości budynku, w którym znajdują się lokale gastronomiczne z zastrzeżeniem lit. ust. 2 pkt 4-5;
- 14) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do elementów zabudowy;

15) zakaz umieszczania na terenie ogródków:

- a) elementów/urządzeń gastronomicznych, z wyjątkiem:
  - dystrybutora lodów/napojów o maksymalnej wysokości 1,50m,
  - pomocnika kelnerskiego o maksymalnej wysokości 1,20m,
  - karty menu umieszczonej na stojaku (pulpicie) o maksymalnej wysokości 1,20m lub na sztaludze o maksymalnej wysokości 1,50m,
- b) stoisk handlowych, urządzeń nagłaśniających,

16) zakaz stosowania podestów i sztucznych wykładzin na istniejącej nawierzchni, z zastrzeżeniem: w celu zniwelowania spadku nawierzchni uniemożliwiającego lub znacznie utrudniającego dostęp osobom ze szczególnymi potrzebami w rozumieniu przepisów odrębnych – dopuszcza się wyłącznie podjazdy;

4. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla obiektów małej architektury:

- 1) stosowanie trwałych materiałów budowlanych, w szczególności szkła, ceramiki, kamienia, betonu, drewna, metali, i ich kompozytów, a także ich imitacji;
- 2) należy zachować spójność stylistyczną obiektów w ramach wnętrza urbanistycznego, z zastrzeżeniem pkt. 3 i 4;
- 3) dla obiektów małej architektury, które nie posiadały swojego odpowiednika w historycznej przestrzeni miejskiej, takich jak wiaty śmietnikowe, stojaki dla rowerów itp., wyklucza się stosowanie stylizacji na obiekty historyczne;
- 4) dla obiektów małej architektury stanowiących meble miejskie, zlokalizowanych w strefie reklamowej „1” oraz na obszarach zabytkowych – zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami RAL: 1013, 1015, 6003, 6005, 6013, 6020, 6028, 7002-7013, 7023, 7030-7047, 8007, 8014, 8024-8028, 9001-9002, 9004-9005, 9010-9011, 9016-9017, z zastrzeżeniem pkt 7 i 8;
- 5) dla obiektów małej architektury stanowiących meble miejskie, zlokalizowanych w pozostałych strefach reklamowych – zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami RAL 1013, 1015, oraz 6000 – 9018, z zastrzeżeniem pkt 7 i 8;
- 6) dla obiektów związanych z ruchem drogowym i kolejowym takich jak: kratownice, bramownice, bariery ochronne, balustrady i poręcze - zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami RAL: 6005, 6028, 7011, 7012, 7015, 7016, 7024, 7031, 7043, 9006, z dopuszczeniem wprowadzenia elementów o innych kolorach w pasie o wysokości nie przekraczającej 10% wymiaru pionowego danego obiektu, w celu zwiększenia bezpieczeństwa ruchu drogowego i pieszych;
- 7) dopuszcza się zachowanie i odtworzenie obiektów małej architektury o wartości historyczno - kulturowej w formie i kolorystyce udokumentowanej historycznie, tj. poprzez badania konserwatorskie i zachowane przekazy ikonograficzne;
- 8) dopuszcza się odtworzenie i uzupełnienie mebli miejskich w formie i kolorystyce istniejącej w dniu wejścia w życie uchwały w przypadku zaistnienia konieczności ich bieżącej wymiany i konserwacji;

§ 9. 1. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty ogrodzeń, z wyłączeniem tymczasowych ogrodzeń placów budowy:

- 1) zakazuje się budowy ogrodzeń o wysokości większej niż 2,2 m dla terenów zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz terenów rodzinnych ogrodów działkowych;

- 2) zakazuje się budowy ogrodzeń na terenach zabudowy wielorodzinnej, z wyłączeniem ogrodzeń:
    - a) w formie żywopłotów o wysokości nie większej niż 1,5 m.
    - b) o wysokości nie większej niż 1,5 m wokół przedogródków wydzielonych dla mieszkań i lokali usługowych w parterze,
    - c) ogrodzeń bezpośrednio otaczających place zabaw, wybiegi dla psów, miejsca składowania odpadów,
    - d) uzupełnienia bądź wymiany ogrodzeń zabytkowych;
  - 3) zakaz budowy ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń w formie żywopłotów, wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności lasów, nieużytków, użytków zielonych oraz obszarów objętych ochroną przyrody i krajobrazu na podstawie przepisów odrębnych, z zastrzeżeniem pkt 4.;
  - 4) dopuszcza się ogrodzenie parków, terenów upraw ogrodniczych, rolnych i leśnych, pomników przyrody, obiektów i urządzeń infrastruktury technicznej oraz obszarów, których ogrodzenie wynika z wymogów określonych w przepisach odrębnych;
2. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla ogrodzeń, z wyłączeniem tymczasowych ogrodzeń placów budowy oraz ogrodzeń w formie żywopłotów:
- 1) nakaz zachowania minimum 20% przepierności ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń cementarzy, terenów przemysłowych i składowych oraz ogrodzeń historycznych;
  - 2) zakaz wznoszenia ogrodzeń z blach falistych i trapezowych oraz z tworzyw sztucznych;
  - 3) dla ogrodzeń zlokalizowanych w strefie reklamowej „1” oraz na obszarach zabytkowych obowiązuje zakaz stosowania tworzyw sztucznych jako materiałów budowlanych;
  - 4) nakazuje się budowę ogrodzeń jako trwale związanych z gruntem;
  - 5) zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami od RAL 6000 do RAL 9018,

### Rozdział 3.

#### Przepisy szczegółowe obowiązujące dla poszczególnych stref reklamowych

- § 10.** Ustala się podział obszaru Gminy Miasta Toruń na obszary o różnych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, zwane dalej strefami reklamowymi.
- § 11.** 1. Wyznacza się strefę reklamową „W”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.
2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
    - a) słupy ogłoszeniowe,
    - b) tablice reklamowe w formacie S,
    - c) pylony reklamowe typu S,
    - d) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
    - e) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,

- f) nośniki flagowe,
  - g) siatki reklamowe,
  - h) potykacze i stojaki reklamowe,
  - i) reklama wyborcza,
  - j) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 2) dla obszarów zabytkowych obowiązuje zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż określone dla strefy reklamowej „1”;
  - 3) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
  - 4) zakaz lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło z wyłączeniem nośników Miejskiego Systemu Informacyjnego oraz Systemu Informacji Pasażerskiej;
  - 5) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu;
  - 6) zakaz umieszczania siatek reklamowych na elewacjach;
  - 7) dopuszcza się umieszczania murali na elewacjach wyłącznie z zastosowaniem kolorystyki monochromatycznej lub bichromatycznej;
  - 8) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 20% ich powierzchni;
  - 9) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 25% powierzchni siatki ochronnej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji w skali 1:1;
  - 10) okres ekspozycji przekazu reklamowego o którym mowa w pkt 10. nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat.

**§ 12.** 1. Wyznacza się strefę reklamową „1”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe,
  - b) tablice reklamowe w formie S,
  - c) pylony reklamowe typu S, przy czym lokalizację pylonów reklamowych wyklucza się w obszarze, którego granice wyznaczają: rz. Wisła, oś ul. Wola Zamkowa, południowa pierzeja pl. Św. Katarzyny, osie ulic: Wały gen. Władysława Sikorskiego, Fosa Staromiejska, Mariana Rapackiego, Pod Krzywą Wieżą, Ducha Świętego,
  - d) nośniki flagowe,
  - e) potykacze i stojaki reklamowe,
  - f) reklama wyborcza,
  - g) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 2) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 3) zakaz lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych emitującej zmienne światło z wyłączeniem nośników Miejskiego Systemu Informacyjnego, Systemu Informacji Pasażerskiej;

- 4) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 5 m od wejścia do lokalu;
- 5) zakaz umieszczania siatek reklamowych na elewacjach;
- 6) obowiązuje forma przestrzenna słupa ogłoszeniowego, skomponowana z trzech wyodrębnionych części: cokołu, części ekspozycyjnej i zwieńczenia zakończonego detalem architektonicznym;
- 7) słup ogłoszeniowy powinien być wykonany z odlewu betonowego z dopuszczeniem metalowego zwieńczenia;
- 8) lokalizacja słupów ogłoszeniowych nie może przesłaniać zabytków ani zakłócać osi widokowych oraz utrudniać ruchu pieszych;
- 9) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 20% ich powierzchni;
- 10) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 25% powierzchni siatki ochronnej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji w skali 1:1;
- 11) okres ekspozycji przekazu reklamowego o którym mowa w pkt 10 nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat.

**§ 13.** 1. Wyznacza się strefę reklamową „2”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe
  - b) tablice reklamowe w formacie S i M,
  - c) pylony i reklamowe typu S i M,
  - d) totemy reklamowe typu L,
  - e) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
  - f) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,
  - g) nośniki flagowe,
  - h) siatki reklamowe,
  - i) potykacze i stojaki reklamowe,
  - j) reklama wyborcza,
  - k) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego,z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) dla obszarów zabytkowych obowiązuje zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż określone dla strefy reklamowej „1”;
- 3) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 4) tablice i urządzenia reklamowe w formacie większym niż S mogą być sytuowane wyłącznie:
  - a) w pasach drogowych dróg publicznych: powiatowych, wojewódzkich i krajowych oraz w odległości nie większej, niż:



- 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg powiatowych,
  - 40 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg wojewódzkich,
  - 60 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg krajowych,
- przy czym w przepisowej odległości winien znaleźć się cały rzut tablicy bądź urządzenia reklamowego,
- b) na terenach ustalonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako:
- tereny rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m<sup>2</sup>,
  - tereny zabudowy usługowej,
  - obiektów produkcyjnych, składów i magazynów,
  - terenów sportu i rekreacji;
- 5) dla tablic reklamowych umieszczanych w pasach drogowych dróg publicznych, z wyłączeniem tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego, systemu informacji pasażerskiej, nośników flagowych oraz potykaczy i stojaków reklamowych, ustala się wymóg ich sytuowania prostopadle do osi jezdni drogi;
- 6) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 5 m od wejścia do lokalu;;
- 7) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 40% ich powierzchni;
- 8) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 40% powierzchni siatki ochronnej;
- 9) okres ekspozycji reklamy, o której mowa w pkt 8. nie może trwać dłużej niż 1 rok w okresie 5 lat.

**§ 14.** 1. Wyznacza się strefę reklamową „3”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe,
  - b) tablice reklamowe w formacie S, M, L, XL,
  - c) pylony i totemy reklamowe typu S, M, L, XL,
  - d) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
  - e) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,
  - f) nośniki flagowe,
  - g) siatki reklamowe,
  - h) potykacze i stojaki reklamowe,
  - i) reklama wyborcza,
  - j) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego,
 z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) dla obszarów zabytkowych obowiązuje zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż określone dla strefy reklamowej „1”;

- 3) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 4) tablice i urządzenia reklamowe w formacie większym niż S mogą być sytuowane wyłącznie:
  - a) w pasach drogowych dróg publicznych : powiatowych, wojewódzkich i krajowych oraz w odległości nie większej, niż:
    - 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg powiatowych,
    - 40 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg wojewódzkich,
    - 60 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg krajowych,przy czym w przepisowej odległości winien znaleźć się cały rzut tablicy bądź urządzenia reklamowego,
  - b) na terenach ustalonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako:
    - tereny rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m<sup>2</sup>,
    - tereny zabudowy usługowej,
    - obiektów produkcyjnych, składów i magazynów,
    - terenów sportu i rekreacji;
- 5) dla tablic reklamowych umieszczanych w pasach drogowych dróg publicznych, z wyłączeniem tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego, systemu informacji pasażerskiej, nośników flagowych oraz potykaczy i stojaków reklamowych, ustala się wymóg ich sytuowania prostopadle do osi jezdni drogi;
- 6) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu;
- 7) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 50% ich powierzchni;
- 8) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 50% powierzchni siatki ochronnej;
- 9) okres ekspozycji reklamy, o której mowa w pkt 8. nie może trwać dłużej niż 1 rok w okresie 5 lat.

#### Rozdział 4.

#### Przepisy przejściowe i końcowe

**§ 15. 1.** Określa się następujące terminy dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dla strefy reklamowej „W” – 2 lata;
- 2) dla strefy reklamowej „1” – 2 lata;
- 3) dla strefy reklamowej „2” – 3 lata;
- 4) dla strefy reklamowej „3” – 5 lat.

**2.** Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dostosowanie ma nastąpić najpóźniej pierwszego dnia roboczego następującego po upływie terminu określonego w ust. 1;

- 2) w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy niezwłocznie doprowadzić teren lub obiekt do stanu poprzedniego, zapewniając jego należyty stan estetyczny i techniczny;
  - 3) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały nie podlegają obowiązkowi, o którym mowa w ust. 1 w zakresie określonych w uchwale wzajemnych minimalnych odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi.
3. Dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale nie wymagają:
- 1) tablice i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, zrealizowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia;
  - 2) historyczne tablice i urządzenia reklamowe na dachach budynków w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła;
  - 3) reklamy historyczne umieszczone na elewacjach budynków;
  - 4) obiekty małej architektury istniejące w dniu wejścia w życie uchwały;
  - 5) ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały.

**§ 16.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Torunia.

**§ 17. 1.** Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

2. Uchwała, o której mowa w ust. 1, podlega publikacji na stronie internetowej Gminy Miasta Toruń.

Przewodniczący  
Rady Miasta Torunia