

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 (Dz. U. z 2023 r. poz. 40 z późn. zm.) oraz art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2023 r. poz. 977, z późn. zm.) w związku z art. 66 ust. 2 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. poz. 1688) uchwała się, co następuje:

Dział I
Przepisy ogólne

§ 1. Uchwała 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 zastrzeżeniem wyjątków określonych przepisami ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

§ 2. 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.

§ 3. 1. Ilekroć w niniejszych uchwale 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;
- 2) obszarze zabytkowym, budynku zabytkowym, ogrodzeniu zabytkowym lub obiekcie zabytkowym – należy przez to rozumieć obszar, budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, które ze względu na wartość historyczną, artystyczną lub naukową zostały objęte ochroną konserwatorską na podstawie wpisu do rejestru zabytków lub na podstawie ustaleń miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego lub zostały wpisane do gminnej lub wojewódzkiej ewidencji zabytków;

- 3) elementach wygradzeniowych – należy przez to rozumieć wszelkie obiekty umieszczone, w celu wygradzenia przestrzeni, np. przeszła 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 prowadzącego działalność;
- 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 następujące obiekty małej architektury stanowiące wyposażenie przestrzeni publicznej: ławki, siedziska, pojemniki z zielenią, kwietniki, parkometry, kosze na śmieci, stojaki rowerowe, elementy oświetlenia parków, zegary, tablice informacyjne, budki telefoniczne, słupki parkingowe i pachołki, itp.;
- 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, a także a także tablice i urządzenia Systemu Informacji Pasażerskiej (SIP) oraz Systemu informacji o wolnych stanowiskach postojowych;
- 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 wygradzeń;
- 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) polu ekspozycji reklamy – 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 - gzymsiem wieńczącym parter lub attyką, 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) pylonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla reklamy umieszczonej na jego bocznej powierzchni;
- 18) pylonie cenowym stacji paliw – należy przez to rozumieć pylon reklamowy posiadający wyświetlacze umożliwiające przekazywanie informacji o rodzajach i cenach oferowanych produktów;
- 19) pylonie wizytówkowym – należy przez to rozumieć pylon reklamowy zlokalizowany w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności lub przy wejściu do budynku w którym prowadzona jest działalność, przeznaczony do ekspozycji zgrupowanych w sposób uporządkowany szyldów;
- 20) tablicach i urządzeniach reklamowych emitujących światło – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o drukowanej lub elektronicznej powierzchni ekspozycyjnej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego, zmiennego lub ruchomego obrazu, w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, telebim itp.;
- 21) 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;
- 22) reklamie okolicznościowej – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na okres nie dłuższy niż 14 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia wraz z usunięciem do 5 dni roboczych po wydarzeniu, dotyczącej wyłącznie wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych, obejmującej również możliwość eksponowania informacji o patronie lub sponsorze tych wydarzeń;
- 23) 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;
- 24) reklamie wolnostojącej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe, posiadające własną konstrukcję wsporczą trwale związaną z gruntem, bądź ustawioną bezpośrednio na gruncie;
- 25) reklamie wyborczej – należy przez to rozumieć eksponowanie materiałów wyborczych w rozumieniu ustawy Kodeks Wyborczy;

- 26) siatce reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci reklamy wykonanej na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki;
- 27) słupie ogłoszeniowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach itp.;
- 28) potykaczu – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną lub jednostronną powierzchnią ekspozycyjną, gdzie górna krawędź pola ekspozycji położona jest na wysokości nie większej niż 120 cm, wystawiane wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego, usługowego lub rzemieślniczego;
- 29) stojaku reklamowym – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, składające się z konstrukcji stojaka oraz z dwustronnej lub jednostronnej powierzchni ekspozycyjnej, gdzie dolna krawędź pola ekspozycji położone jest na wysokości nie większej niż 100 cm, wystawiane wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego, w celu wyeksponowania informacji o menu lokalu;
- 30) spójności stylistycznej – należy przez to rozumieć wzajemne zharmonizowanie poszczególnych elementów zagospodarowania terenu poprzez zachowanie zgodności formy, rodzaju zastosowanych materiałów lub kolorystyki;
- 31) 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;
- 32) szyldzie wizytówkowym – należy przez to rozumieć szyld przeznaczony do ekspozycji w sąsiedztwie wejścia na teren nieruchomości lub wejścia do budynku bądź na pylonach wizytówkowych, pojedynczo lub w formie zgrupowanej, na warunkach określonych w niniejszej uchwale;
- 33) 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 innej przedsiębiorstwa, zakończoną kierunkowskazem w kształcie trójkąta;
- 34) terenach zieleni – należy przez to rozumieć tereny zieleni w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody;
- 35) 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, 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 ;
- 36) 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;

- 37) 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;
- 38) 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.

Dział II

Przepisy szczegółowe

Rozdział 1

Szyldy

§ 4. Zakazuje się sytuowania szyldów w sposób inny niż określony w niniejszej uchwale.

§ 5. 1. Podmiot prowadzący działalność na terenie nieruchomości może umieścić na niej szyld lub szyldy:

- 1) na obiektach budowlanych znajdujących się na nieruchomości, w tym na budynkach, w których prowadzona jest działalność,
- 2) na ogrodzeniu nieruchomości, na której prowadzona jest działalność;
- 3) w formie wolnostojącej

- z zachowaniem ogólnych zasad i warunków umieszczania szyldów określonych w § 7.

§ 6. 1. Na obszarze miasta Torunia dopuszcza się następujące szyldy umieszczane na obiektach budowlanych:

- 1) szyld równoległy, umieszczany w obrębie pasa reklamowego budynku, równoległe do elewacji, o wysokości nie przekraczającej 75% wysokości pasa reklamowego, wykonany jako:
 - a) szyld w formie tablicy przytwierdzonej do elewacji,
 - b) szyld wykonany bezpośrednio na elewacji,
 - c) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
 - d) szyld w postaci kasetonu;
- 2) szyld wkomponowany w górną część witryny w obrębie parteru - powyżej ślimienia, a w przypadku braku ślimienia – szyld o wysokości nie przekraczającej 75% wysokości pasa reklamowego, wykonany jako:
 - a) szyld wyklejany bezpośrednio na powierzchni witryny,
 - b) szyld umieszczony bezpośrednio za szybą witryny,

- c) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła umieszczony bezpośrednio przed szybą witryny;
- 3) szyld umieszczany w obrębie naświetla otworu drzwiowego, o wymiarach dostosowanych do wymiarów otworu naświetla, wykonany jako:
- a) szyld wyklejany bezpośrednio na szybie naświetla,
 - b) szyld umieszczony bezpośrednio za szybą naświetla,
 - c) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła umieszczony bezpośrednio przed szybą witryny;
- 4) szyld semaforowy, umieszczany w obrębie pasa reklamowego budynku, o powierzchni nie przekraczającej 0,5 m², przy czym dolna krawędź szyldu powinna znaleźć się na wysokości większej, niż 2,5 m nad poziomem terenu, wykonany jako:
- a) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
 - b) szyld w postaci kasetonu,
 - c) szyld w postaci płaskiej tablicy;
- 5) szyld przywejsiowy, umieszczany w sąsiedztwie wejścia do lokalu o maksymalnym rozmiarze powierzchni ekspozycji 70 cm x 100 cm, w formacie pionowym, wykonany jako:
- a) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
 - b) szyld w postaci gabloty reklamowej,
 - c) szyld w postaci tablicy kredowej;
- 6) szyld wizytówkowy o powierzchni nie przekraczającej 0,1 m², zlokalizowany w sąsiedztwie wejścia do budynku, z którego dostępny jest dany lokal, a w przypadku lokali dostępnych z wejść zlokalizowanych poza elewacją frontową budynku (w bramie bądź podwórzu) – szyld powinien być zlokalizowany w sąsiedztwie bramy bądź na ścianach bocznych przejazdu bramnego; dopuszcza się wykonanie szyldu wizytówkowego jako:
- a) szyldu w formie tablicy przytwierdzonej do elewacji,
 - b) szyldu wykonanego bezpośrednio na elewacji,
 - c) szyldu w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
 - d) szyldu w postaci kasetonu,
- przy czym dopuszcza się umieszczenie szyldu wizytówkowego na podporze bądź przęśle ogrodzenia w sąsiedztwie bramy wjazdowej lub furtki wejściowej, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony;
- 7) szyld wielkogabarytowy w postaci tablicy reklamowej o wysokości pola ekspozycji nie przekraczającej maksymalnego wymiaru określonego dla tablic reklamowych w przepisach niniejszej uchwały, umieszczonej na elewacji budynku, w obrębie parteru bądź kondygnacji bezpośrednio powyżej parteru, wykonany jako:
- a) szyld w formie tablicy przytwierdzonej do elewacji,
 - b) szyld wykonany bezpośrednio na elewacji,
 - c) szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
 - d) szyld w postaci gabloty reklamowej;
- 8) szyld wielkogabarytowy wieńczący w postaci tablicy reklamowej o wysokości pola ekspozycji nie przekraczającej maksymalnego wymiaru określonego dla tablic reklamowych w przepisach niniejszej uchwały, umieszczonej powyżej attyki lub okapu wieńczącego ostatnią

kondygnację budynku, wykonany jako szyld w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła;

- 9) szyld operatora automatu przechowującego przesyłki, w postaci tablicy reklamowej wykonanej bezpośrednio na ścianach automatu, o powierzchni nie przekraczającej 25% powierzchni ściany, na której został usytuowany;
- 10) szyld operatora automatu sprzedającego lub bankomatu, o powierzchni nie przekraczającej 0,5 m², wykonany bezpośrednio na urządzeniu lub bezpośrednio nad nim.

2. Na obszarze miasta Torunia dopuszcza się następujące szyldy wolnostojące:

- 1) szyld w formie pylonu wizytówkowego, przy czym wymiary pylonu powinny być zgodne z wymiarami określonymi dla urządzeń reklamowych w przepisach niniejszej uchwały; w przypadku, gdy działalność na danej nieruchomości prowadzi więcej niż jeden podmiot, na pylonie wizytówkowym mogą zostać umieszczone szyldy tych podmiotów;
- 2) szyld w formie pylonu cenowego stacji paliw, przy czym wymiary pylonu powinny być zgodne z wymiarami określonymi dla urządzeń reklamowych w przepisach niniejszej uchwały; w przypadku, gdy działalność na danej nieruchomości prowadzi więcej niż jeden podmiot, na pylonie mogą zostać umieszczone szyldy tych podmiotów;
- 3) szyld w formie totemu reklamowego, przy czym wymiary totemu powinny być zgodne z wymiarami określonymi dla urządzeń reklamowych w przepisach niniejszej uchwały; dopuszcza się umieszczenie więcej niż 1 szyldu na pojedynczym totemie;
- 4) szyld w formie wolnostojących oznaczeń wjazdowych i kierunkowych, o wymiarach nie przekraczających 100 cm x 100 cm, zawierający, oprócz informacji kierunkowych, logotypy bądź znaki firmowe podmiotów;
- 5) szyld wielkogabarytowy w formie wolnostojących oznaczeń wjazdowych i kierunkowych, o wymiarach nie przekraczających 200 cm x 200 cm, zawierający, oprócz informacji kierunkowych, logotypy bądź znaki firmowe podmiotów;
- 6) szyldy w formie nośników flagowych, przy czym wymiary nośnika flagowego powinny być zgodne z wymiarami określonymi dla urządzeń reklamowych w przepisach niniejszej uchwały.

§ 7. 1. Podmiot prowadzący działalność w budynku może na nim umieścić, w zależności od dostępnego miejsca, następującą liczbę szyldów:

- 1) 1 szyld równoległy, umieszczany w obrębie pasa reklamowego budynku lub 1 szyld w górnej części witryny;
- 2) 1 szyld umieszczany w obrębie naświetla otworu drzwiowego w obrębie parteru;
- 3) 1 szyld semaforowy;
- 4) do 2 szyldów przywejsciowych – po jednym po każdej stronie wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność;
- 5) 1 szyld wizytówkowy, przy czym w przypadku prowadzenia w budynku działalności przez więcej niż jeden podmiot, szyldy wizytówkowe powinny być grupowane w układzie pionowym i zakomponowane wspólnie.

2. Podmiot prowadzący działalność na terenie nieruchomości, może umieścić, do wyboru:
 - 1) 1 szyld wizytówkowy o powierzchni nie przekraczającej 0,1 m², na podporze bądź przęśle ogrodzenia w sąsiedztwie bramy wjazdowej lub furtki wejściowej, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony albo;
 - 2) 1 szyld 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.
3. Na terenie nieruchomości, niezależnie od szyldów umieszczonych na budynku i ogrodzeniu, mogą zostać umieszczone szyldy wolnostojące, w postaci:
 - 1) 1 szyldu w formie pylonu wizytówkowego, o ile przepisy szczegółowe określone dla danej strefy reklamowej dopuszczają lokalizację pylonów reklamowych, z dopuszczeniem lokalizacji dodatkowego pylonu, jeżeli istnieją dwa lub więcej wjazdów na teren nieruchomości;
 - 2) szyldów w formie wolnostojących oznaczeń wjazdowych i kierunkowych, po jednym na każdy wjazd na teren nieruchomości.
4. Dla budynków użyteczności publicznej o funkcji handlowo – usługowej i powierzchni sprzedaży większej lub równej 400 m² oraz dla restauracji umożliwiającej zakup z samochodu o powierzchni sali konsumpcji większej lub równej 250 m² niezależnie od postanowień ust. 1-3, dopuszcza się dodatkowo umieszczenie, w zależności od dostępnego miejsca:
 - 1) szyldów wielkogabarytowych w postaci tablic reklamowych zlokalizowanych na budynkach, w tym wieńczących, w ilości do 3 szyldów na elewację;
 - 2) 1 szyldu w formie totemu reklamowego zlokalizowanego na terenie nieruchomości;
 - 3) szyldów wielkogabarytowych w formie wolnostojących oznaczeń wjazdowych na teren nieruchomości zlokalizowanych na terenie nieruchomości w ilości jednego na każdy wjazd na teren nieruchomości;
 - 4) do 5 szyldów w postaci nośników flagowych.
5. Dla stacji paliw, niezależnie od postanowień ust. 1-3, dopuszcza się dodatkowo umieszczenie, w zależności od dostępnego miejsca, sytuowanie szyldów w formie:
 - 1) szyldów wielkogabarytowych, w tym wieńczących, w postaci tablic reklamowych zlokalizowanych na budynkach, w ilości do 3 szyldów na elewację;
 - 2) 1 szyldu w formie totemu reklamowego zlokalizowanego na terenie nieruchomości;
 - 3) wolnostojących oznaczeń wjazdowych i kierunkowych w ilości 1 na każdy wjazd na teren nieruchomości;
 - 4) 1 pylonu cenowego stacji paliw zlokalizowanego na terenie nieruchomości, z dopuszczeniem lokalizacji dodatkowego pylonu, jeżeli istnieją 2 lub więcej wjazdów na teren nieruchomości,
 - 5) do 5 szyldów w postaci nośników flagowych.

§ 8. 1. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki umieszczania szyldów:

- 1) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów na balustradach balkonów i tarasów oraz balustradach schodów;
 - 2) zakaz umieszczania szyldów w miejscach zasłaniających okna, z wyłączeniem szyldów w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła oraz szyldów wyklejanych bezpośrednio na szybie witryny;
 - 3) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów w postaci tablic i urządzeń reklamowych emitujących światło, umożliwiających zmianę informacji wizualnej, z wyłączeniem pylonów cenowych stacji paliw oraz wyświetlaczy informujących o kursach walut w kantorach wymiany walut;
 - 4) dla zgrupowań szyldów wizytówkowych oraz zgrupowań szyldów umieszczanych na pylonach wizytówkowych, nakaz ich rozmieszczenia w pionowych kolumnach, zgodnie ze wspólną osią symetrii bądź wyrównania do wspólnej krawędzi.
2. Ustala się następujące zasady i warunki umieszczania szyldów na budynkach i obszarach zabytkowych, z zachowaniem ogólnych zasad i warunków sytuowania, gabarytów oraz liczby szyldów, określonych w ust. 1:
- 1) dla szyldów lokalizowanych w obrębie pasa reklamowego - nakaz ich umieszczania z zachowaniem symetrii względem osi elewacji, bądź względem otworów okiennych albo drzwiowych;
 - 2) zakaz umieszczania szyldów w postaci podświetlanych kasetonów;
 - 3) zakaz umieszczania szyldów w miejscach zasłaniających okna i drzwi, 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.

§ 9. Na obszarze miasta dopuszcza się sytuowanie bez ograniczeń szyldów stanowiących:

- 1) informacje umieszczane na drzwiach, oknach lub witrynach, dotyczące:
 - a) możliwości dokonywania płatności kartami płatniczymi lub korzystania z innych form płatności, a także kart: rabatowych i lojalnościowych, wydawanych w ramach programów partnerskich, jak również dotyczące zwrotu podatku VAT, o powierzchni nie większej niż 0,02 m²,
 - b) godzin otwarcia lokalu, o powierzchni nie większej niż 0,5 m²,
 - c) ochrony/monitoringu obiektu, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę o powierzchni nie większej niż 0,2 m²;
- 2) tablice urzędowe instytucji publicznych.

Rozdział 2

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, nie będące szyldami

- § 10. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami, innych niż określone w niniejszej uchwale.
- § 11. Ustala się następujące ogólne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) obowiązuje zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - a) na budynkach mieszkalnych z wyjątkiem budynków o wysokości powyżej 12 m, na których dopuszcza się sytuowanie:
 - 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła umieszczonych na dachu budynku,
 - siatki reklamowej bądź muralu reklamowego na ścianie budynku pozbawionej otworów okiennych, przy czym siatka bądź mural reklamowy winien zagospodarować 70% powierzchni ściany jako jednolitą kompozycję plastyczną,
 - siatki reklamowej bądź muralu reklamowego na części ściany o minimalnej szerokości 5 m, wyodrębnionej poprzez podziały architektoniczne, pozbawionej otworów okiennych na całej swojej wysokości, przy czym siatka bądź mural reklamowy winien zagospodarować 70% powierzchni wyodrębnionej części ściany jako jednolitą kompozycję plastyczną,
 - b) na dachach budynków, z wyjątkiem 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczonej na dachu budynku o wysokości przekraczającej 12 m,
 - 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, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej umieszczanej na tymczasowych ogrodzeniach związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa podczas wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych,
 - f) na obiektach i elementach inżynierskich związanych z ruchem drogowym i kolejowym, takich jak: mosty, wiadukty, estakady, kładki i tunele oraz kratownice, bramownice i bariery ochronne,
 - g) na słupach tramwajowych i latarniach ulicznych z wyłączeniem:
 - reklamy okolicznościowej oraz wyborczej,
 - tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego,
 - h) na konstrukcjach Systemu Informacji Pasażerskiej oraz systemu informacji o wolnych miejscach postojowych,
 - i) na pomnikach i miejscach pamięci narodowej,
 - j) na drzewach,
 - k) na terenach zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej,
 - l) na cmentarzach,
 - m) na obiektach kultu religijnego,
 - n) na terenach objętych obszarowymi formami ochrony przyrody, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej,
 - o) na terenach lasów, parków, na obszarach rodzinnych ogrodów działkowych,

p) na terenach ogródków gastronomicznych, z dopuszczeniem umieszczania nazwy, logotypu bądź znaku firmowego wyłącznie na lambrekinach parasoli i markiz oraz na elementach wygradzeniowych z ograniczeniem ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła;

- 2) obowiązuje zakaz umieszczania: plakatów, wlepek, naklejek, ulotek, ogłoszeń itp. poza miejscem do tego celu wyznaczonym;
- 3) miejsce ustawienia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie może powodować zagrożenia dla ruchu oraz nie może zawężać szerokości pasa ruchu przeznaczonego dla pieszych poniżej szerokości minimalnej, wymaganej przepisami odrębnymi.

§ 12. 1. Ustala się następujące typy i formaty wolnostojących tablic i wolnostojących urządzeń reklamowych, nie będących szyldami, dopuszczone do stosowania na terenie miasta:

- 1) tablice reklamowe:
 - a) formatu „S” o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m,
 - b) formatu „M” o wymiarach pola ekspozycji reklamy: 3,6 m x 2,5 m, 4 m x 3 m lub 5 m x 2,4 m, w układzie poziomym,
 - c) formatu „L” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 6 m x 3 m, w układzie poziomym,
 - d) formatu „XL” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 12 m x 3 m lub 12 m x 4 m, w układzie poziomym;
- 2) słupy ogłoszeniowe o polu ekspozycji w formie walca o maksymalnej wysokości do 4,5 m i średnicy do 1,7 m, przy czym do średnicy słupa ogłoszeniowego nie wlicza się kapelusza;
- 3) pylony reklamowe:
 - a) formatu „S” o wysokości do 3 m i szerokości do 2 m,
 - b) formatu „M” o wysokości od powyżej 3 m do 5 m i szerokości do 2 m,
 - c) formatu „L” o wysokości od powyżej 5 m do 8 m i szerokości do 2,5 m;
- 4) pylony cenowe stacji paliw o wysokości do 8 m i szerokość do 2,5 m;
- 5) totemy reklamowe:
 - a) formatu „L” o wysokości do 18 m,
 - b) formatu „XL” o maksymalnej wysokości od powyżej 18 m do 25 m;
- 6) wolnostojące nośniki flagowe o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji: 1 m x 10 m w formacie pionowym;
- 7) tablice kierunkowe Miejskiego Systemu Informacyjnego o wymiarach jednego modułu: 1,3 m x 0,3 m, w układzie poziomym z dopuszczeniem maksymalnego łączenia do 6 modułów w układzie pionowym, gdzie pole kierunkowskazu wynosi 0,3 m x 0,3 m;
- 8) tablice reklamowe przestawne, służące wyłącznie upowszechnieniu informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji: 1,2 m x 1,8 m w formacie pionowym;
- 9) potykacze o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji: 1,0 m x 0,7 m w układzie pionowym;
- 10) stojaki reklamowe o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji: 1,0 m x 0,7 m w układzie pionowym lub poziomym;
- 11) tablice informujące o fundatorze, sponsorze bądź mecenasie umieszczonych na obiekcie małej architektury, pomniku, o powierzchni nie przekraczającej 2% powierzchni boku obiektu, na

którym zostały umieszczone, przy czym maksymalna powierzchnia tablicy informacyjnej nie może przekroczyć powierzchni 0,2 m²;

12) tablice informujące o fundatorze, sponsorze bądź mecenasie, umieszczone na muralu nie zawierającym treści reklamowych, o maksymalnej powierzchni wynoszącej 0,5% powierzchni całego muralu;

2. Ustala się następujące typy i formaty tablic reklamowych, umieszczanych na obiektach budowlanych, w tym na budynkach lub na obiektach infrastruktury technicznej, dopuszczone do stosowania na terenie miasta:

1) tablice bądź urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczone na budynku, o wysokości tablicy bądź urządzenia nie przekraczającej 1/10 wysokości budynku;

2) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczane na elewacji budynku, w jej części pozbawionej okien, o wysokości tablicy nie przekraczającej 2,5 m, jednak nie większej, niż 1/5 wysokości budynku;

3) tablice reklamowe formatu „S” o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji reklamy do 1,2 m x 1,8 m, umieszczane na wiadach przystankowych komunikacji zbiorowej;

4) murale reklamowe;

5) siatki reklamowe;

6) tablice reklamowe naklejane na witryny sklepowe;

7) tablice reklamowe w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku;

8) tablice reklamowe stanowiące reklamę wyborczą lub okolicznościową umieszczane na słupach tramwajowych i latarniach ulicznych w postaci 1 dwustronnego nośnika flagowego o maksymalnych wymiarach pola ekspozycji: 1 m x 10 m w formacie pionowym;

9) tablice reklamowe stanowiące reklamę wyborczą umieszczane na słupach tramwajowych i latarniach ulicznych w postaci 1 dwustronnej tablicy o wymiarach nie przekraczających 1,2 m x 1,8 m;

10) tablice reklamowe stanowiące reklamę wyborczą w postaci banerów wyłącznie umieszczanych nad sceną lub pod sceną w trakcie wieców wyborczych.

3. Na obszarze miasta dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w ust. 1 typów i formatów urządzeń i tablic reklamowych, stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową, w tym tablic i urządzeń reklamowych przestawnych, nietypowych systemów wystawienniczych oraz tablic reklamowych umieszczanych na obiektach budowlanych.

4. Na obszarze miasta dopuszcza się sytuowanie bez ograniczeń:

1) tablic informujących o współfinansowaniu projektów ze środków publicznych, w tym funduszy Unii Europejskiej, których umieszczenia wymagają przepisy odrębne;

2) tablic i urządzeń reklamowych służących wyłącznie prezentowaniu dzieł artystycznych.

§ 13. 1. Ustala się podział obszaru Gminy Miasta Toruń na obszary, zwane dalej strefami polityki reklamowej.

2. Wyznacza się strefy polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” oraz „3”, których granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

3. W granicach stref, o których mowa w ust. 1. obowiązują różne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ustalone przepisami niniejszej uchwały.

§ 14. 1. Ustala się następujące warunki dopuszczalności sytuowania tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami, w poszczególnych strefach polityki reklamowej, z uwzględnieniem pozostałych przepisów niniejszej uchwały, określających warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych:

- 1) tablice reklamowe wolnostojące:
 - a) formatu „S” – na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”,
 - b) formatu „M” – na obszarze stref polityki reklamowej: „2” i „3”,
 - c) formatu „L” – na obszarze strefy polityki reklamowej: „3”,
 - d) formatu „XL” na obszarze strefy polityki reklamowej: „3”;
- 2) słupy ogłoszeniowe – na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”, przy czym na obszarze strefy polityki reklamowej „1” obowiązuje:
 - a) forma przestrzenna słupa ogłoszeniowego nawiązująca do zabytkowych słupów ogłoszeniowych o wyglądzie walca, tzw. kolumn Litfassa, skomponowana z trzech wyodrębnionych części: cokołu, trzonu stanowiącego pole ekspozycji i głowicy z dopuszczeniem metalowego zwieńczenia,
 - b) w zakresie materiałów, z jakich mogą być wykonane: stosowanie odlewów betonowych;
- 3) pylony reklamowe:
 - a) formatu „S” i pylony cenowe stacji paliw - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”, z wyłączeniem obszaru, którego granice wyznaczają: rz. Wisła, oś ul. Wola Zamkowa, południowa pierzeja pl. Św. Katarzyny, osie ulic: Wały gen. Władysława Sikorskiego, Jana Pawła II, Ślimak Getyński, przedłużenie osi ul. Flisaczej, przedłużenie osi ul. Piekary,
 - b) formatu „M – na obszarze stref polityki reklamowej: „2” i „3”,
 - c) formatu „L” - na obszarze strefy polityki reklamowej: „3”;
- 4) totemy reklamowe:
 - a) formatu „L” – na obszarze stref polityki reklamowej: „2” i „3”,
 - b) formatu „XL” – na obszarze strefy polityki reklamowej: „3”;
- 5) nośniki flagowe - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”;
- 6) tablice kierunkowe Miejskiego Systemu Informacyjnego - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”;
- 7) tablice reklamowe przestawne, służące wyłącznie upowszechnieniu informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”;
- 8) potykacze - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”, w ilości jednego potykacza na każdy podmiot prowadzący działalność w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu;
- 9) stojaki reklamowe - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”, w ilości jednego stojaka na każdy podmiot prowadzący działalność w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu.
- 10) murale reklamowe - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „2” i „3”;

- 11) siatki reklamowe - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „2” i „3”;
 - 12) tablice reklamowe naklejane na witryny – na obszarze polityki reklamowej:
 - a) „W” – o wielkości pola ekspozycji reklamy nie przekraczającej 20% pola powierzchni witryny,
 - b) „2” i „3” – o wielkości pola ekspozycji reklamy nie przekraczającej 50% pola powierzchni witryny;
 - 13) tablice reklamowe w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, – na obszarze polityki reklamowej:
 - a) „W” – o wielkości pola ekspozycji reklamy nie przekraczającej 25% pola powierzchni siatki ochronnej, wyłącznie w kolorystyce mono- lub bichromatycznej, przy czym okres ekspozycji reklamy nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat,
 - b) „1” – o wielkości pola ekspozycji reklamy nie przekraczającej 25% pola powierzchni siatki ochronnej, wyłącznie w kolorystyce mono- lub bichromatycznej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji w skali 1:1, natomiast okres ekspozycji reklamy nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat,
 - c) „2” i „3” – o wielkości pola ekspozycji reklamy nie przekraczającej 50% pola powierzchni siatki ochronnej, przy czym okres ekspozycji reklamy nie może trwać dłużej niż 1 rok w okresie 5 lat;
 - 14) tablice i urządzenia reklamowe stanowiące reklamę wyborczą - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”;
 - 15) tablice i urządzenia reklamowe stanowiące reklamę okolicznościową - na obszarze stref polityki reklamowej: „W”, „1”, „2” i „3”.
3. Dla obszarów zabytkowych obowiązują warunki dopuszczalności sytuowania tablic i urządzeń reklamowych jak dla strefy polityki reklamowej „1”.

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

- 1) wzajemne odległości pomiędzy dwiema wolnostojącymi tablicami reklamowymi nie mogą być mniejsze niż 10-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 m²,
 - tereny zabudowy usługowej,
 - tereny obiektów produkcyjnych, składów i magazynów,
 - d) tablic reklamowych usytuowanych po przeciwnych stronach jezdni tej samej drogi publicznej;
- 2) odległość wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych od ścian budynków nie może być mniejsza niż 1 m;

- 3) odległość wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych od okien budynków mieszkalnych, a także od pomników, rzeźb, fontann oraz miejsc pamięci narodowej nie może być mniejsza niż:
- a) 5-krotność wysokości danej tablicy reklamowej, liczonej wraz z konstrukcją wsporczą,
 - b) 1-krotność wysokości danego urządzenia reklamowego;
- 4) tablice i urządzenia reklamowe w formacie większym niż S, położone na obszarze stref polityki reklamowej „W”, „2” i „3”, mogą być sytuowane wyłącznie:
- a) w pasach drogowych dróg publicznych: powiatowych, wojewódzkich i krajowych z zachowaniem minimalnych odległości obiektów budowlanych od krawędzi jezdni wynikających z przepisów odrębnych,
 - b) poza pasami drogowymi dróg publicznych, jednak 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,z zachowaniem minimalnych odległości obiektów budowlanych od krawędzi jezdni wynikających z przepisów odrębnych, przy czym w przepisowej odległości winien znaleźć się cały rzut tablicy bądź urządzenia reklamowego,
 - c) na terenach ustalonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako:
 - tereny rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m²,
 - tereny zabudowy usługowej,
 - obiektów produkcyjnych, składów i magazynów,
 - terenów sportu i rekreacji;
- 5) dla tablic reklamowych umieszczanych w pasach drogowych dróg publicznych na obszarze stref polityki reklamowej „2” i „3”, z wyłączeniem tablic reklamowych formatu „S”, tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego, nośników flagowych oraz potykaczy i stojaków reklamowych, ustala się wymóg sytuowania ich pola ekspozycji prostopadle do osi jezdni drogi, a w pasie dzielącym jezdnie drogi publicznej o przekroju dwujezdniowym dopuszcza się dodatkowo sytuowanie pod kątem 45° do osi drogi tablic reklamowych posiadających obustronną powierzchnię ekspozycji.

2. Ustala się następujące szczególne warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych emitujących światło:

- 1) dla tablic i urządzeń reklamowych emitujących światło, umożliwiających zmianę informacji wizualnej, usytuowanych poza pasem drogowym drogi publicznej oraz w odległości większej, niż wynikająca z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. - o drogach publicznych, ustala się:
- a) maksymalny poziom luminacji w porze dziennej: 4000 cd/m²,
 - b) maksymalny poziom luminacji w porze nocnej: 400 cd/m²,
 - c) obowiązek wyposażenia wyświetlaczy w system automatycznego dostosowania luminacji do otoczenia w zależności od pory doby,
 - d) zakaz wyświetlania ruchomych obrazów,
 - e) minimalny czas prezentacji wizualnej musi być dłuższy niż 10 s.,
 - f) zakaz stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami;

- 2) dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych emitujących światło, umożliwiających zmianę informacji wizualnej, ustala się:
 - a) maksymalny poziom luminancji w porze dziennej: 4000 cd/m²,
 - b) maksymalny poziom luminancji w porze nocnej: 400 cd/m²,
 - c) obowiązek wyposażenia wyświetlaczy w system automatycznego dostosowania luminancji do otoczenia w zależności od pory doby;
- 3) zakazuje się lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych emitujących światło, umożliwiających zmianę informacji wizualnej na obszarze strefy polityki reklamowej „1” oraz na obszarach zabytkowych, z wyłączeniem tablic i urządzeń reklamowych służących wyłącznie upowszechnianiu informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych.

§ 16. 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, na warunkach określonych w niniejszej uchwale,
 - 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 powierzchni 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 osłonięcia złożonych elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych typu teowniki, kratownice itp.

Rozdział 3

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§ 17. 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 harmonijnie dostosować skalę i formę obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego oraz do charakteru wnętrz 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. witaczy 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 3,50 m;
- 4) żaden z elementów ogródka nie może utrudniać dostępu do 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. 1,5 m, w tym w szczególności wydzielony w postaci płyt, o ile występuje,
 - b) przejazd dla ekip awaryjnych, ratowniczych – o minimalnej szerokości 4,0 m;
- 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 1,1 m;
- 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) wszystkie elementy ogródka muszą być wykonane z materiałów naturalnych, takich jak: drewno, metal, szkło, tkaniny, lub materiałów imitujących naturalne;
 - 2) parasole i markizy muszą zachować jednolitą, w ramach jednego ogródka, pastelową, kolorystykę (np. biel, krem, ecru, beż, odcienie jasnej szarości) w dostosowaniu do kolorystyki elewacji budynku, przed którym się znajdują;
 - 3) parasole stosowane na terenie ogródka mogą mieć formę wyłącznie parasoli pojedynczych, okrągłych lub wielobocznych o rozpiętości czaszy maksymalnie do 4,0 m, bez grafiki na czaszy i o jednakowych wymiarach w ramach jednego ogródka,
 - 4) 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;
 - 5) szerokość ogródka nie może być większa niż szerokość lokalu gastronomicznego w budynku zaś łączna szerokość ogródków nie może przekroczyć szerokości elewacji frontowej budynku, w którym znajdują się lokale gastronomiczne z zastrzeżeniem ust. 2 pkt 4-5;
 - 6) zakaz umieszczania na terenie ogródków:
 - a) elementów/urządzeń gastronomicznych, z wyjątkiem:
 - dystrybutora lodów/napojów o maksymalnej wysokości 1,50 m,
 - pomocnika kelnerskiego o maksymalnej wysokości 1,20 m,
 - karty menu umieszczonej na stojaku (pulpicie) o maksymalnej wysokości 1,20 m lub na sztaludze o maksymalnej wysokości 1,50 m,
 - b) stoisk handlowych, urządzeń nagłaśniających;
 - 7) 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, 7021, 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 6 i 7;
- 6) 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;
- 7) 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.

Rozdział 4

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§ 18. 1. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty ogrodzeń:

- 1) zakazuje się sytuowania ogrodzeń o wysokości większej niż 2,2 m dla terenów zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz terenów rodzinnych ogrodów działkowych, z wyłączeniem ogrodzeń w formie żywopłotów;
- 2) zakazuje się sytuowania 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, wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności lasów, nieużytków, użytków zielonych oraz obszarów objętych ochroną przyrody i krajobrazu na podstawie przepisów odrębnych, z wyłączeniem ogrodzeń w formie żywopłotów, z zastrzeżeniem pkt 4.;
- 4) dopuszcza się ogrodzenie parków, terenów upraw ogrodniczych, rolnych i leśnych, pomników przyrody, stref ochronnych drzew, obiektów i urządzeń infrastruktury technicznej oraz obszarów, których ogrodzenie wynika z wymogów określonych w przepisach odrębnych.

2. Przepisy ust. 1 nie mają zastosowania do tymczasowych ogrodzeń związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa podczas wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych, do tymczasowych ogrodzeń placów budowy oraz ogrodzeń których zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty określa się na podstawie przepisów odrębnych.

3. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla ogrodzeń, z wyłączeniem tymczasowych ogrodzeń placów budowy, ogrodzeń w formie żywopłotów oraz tymczasowych ogrodzeń związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa podczas wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, historycznych i targowych:

- 1) nakaz zachowania minimum 20% przezierności ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń cmentarzy, terenów przemysłowych i składowych oraz ogrodzeń historycznych;

- 2) zakaz sytuowania ogrodzeń z blach falistych i trapezowych;
 - 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, z zastrzeżeniem pkt 6;
 - 6) dla ogrodzeń związanych z bezpieczeństwem ruchu drogowego i kolejowego (z wyłączeniem ogrodzeń autostrad i dróg ekspresowych oraz ogrodzeń linii kolejowych) - zakaz stosowania powłok malarskich w kolorach innych niż oznaczone symbolami RAL: 6005, 6028, 7011, 7012, 7015, 7016, 7021, 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.
4. Przepisy ust. 3 nie mają zastosowania do tymczasowych ogrodzeń placów budowy.

Dział III

Przepisy dostosowawcze, przejściowe i końcowe

§ 19. 1. Na potrzeby niniejszej uchwały określa się następujące zasady dokonywania pomiarów:

- 1) w przypadku obiektów o nieregularnym kształcie – wymiary takiego obiektu należą ustalić jako wymiary prostopadłościanu opisanego na tym obiekcie, a w przypadku tablicy reklamowej o polu ekspozycji w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła – jako wymiary prostokąta opisanego na ww. elementach;
- 2) wzajemne odległości tablic i urządzeń reklamowych oraz odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi a innymi elementami zagospodarowania należy określać w odniesieniu do części tablic i urządzeń reklamowych pozostających w najmniejszej odległości.

2. Przy określaniu gabarytów tablic i urządzeń reklamowych w celu ustalenia ich zgodności z przepisami niniejszej uchwały stosuje się tolerancję wymiarową w granicach +/-10% danego wymiaru.

§ 20. 1. Określa się następujące terminy dostosowania obiektów małej architektury oraz 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

- od dnia wejścia w życie niniejszej uchwały.

2. Określa się następujące warunki dostosowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz 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) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały nie podlegają obowiązkowi, o którym mowa w ust. 1, w zakresie ich wzajemnych minimalnych odległości określonych w uchwale;
 - 3) jeżeli niedotrzymanie wymogów uchwały określonych dla istniejących tablic i urządzeń reklamowych zostało spowodowane przez zmianę sposobu zagospodarowania terenu, zmianę jego przeznaczenia, a także przebudowę bądź zmianę sposobu użytkowania budynków, to takie tablice i urządzenia reklamowe uznaje się za zgodne z przepisami uchwały.
3. Dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale nie wymagają:
- 1) historyczne tablice i urządzenia reklamowe na dachach budynków w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła;
 - 2) reklamy historyczne umieszczone na elewacjach budynków;
 - 3) obiekty małej architektury istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, inne niż ogródki gastronomiczne, do których stosuje się ustalenia ust. 1 i 2;
 - 4) ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały – na całym obszarze jej obowiązywania.

§ 21. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Torunia.

§ 22. 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