

z dnia....., zgłoszony przez

UCHWAŁA NR
RADY MIEJSKIEJ W BIELSKU-BIAŁEJ

z dnia 2022 r.

w sprawie 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 podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2022 r., poz. 559), art. 37a ust. 1, 4 i 10, art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2022 r., poz. 503), oraz art. 19 ust. 1b ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2022 r., poz. 503),

Rada Miejska w Bielsku-Białej
uchwała:

Rozdział 1.
Przepisy ogólne

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na obszarze miasta Bielska-Białej obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 2. 1. Sytuowanie obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń jest możliwe wyłącznie zgodnie z zasadami i warunkami ustalonymi w niniejszej uchwale.

2. Ustalone w uchwale zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń nie dotyczą Miejskiego Systemu Informacji (MSI).

3. Zapisów uchwały nie stosuje się do tablic i urządzeń reklamowych widocznych wyłącznie z zamkniętych przestrzeni dostępnych publicznie tj. wewnątrz obiektów handlowych, wystawienniczych, sportowych, targowych oraz innych obiektów użyteczności publicznej.

§ 3. Integralnymi częściami uchwały są:

- 1) załącznik nr 1 – mapa Bielska-Białej w skali 1:10000 z oznaczeniem granic obszaru I;
- 2) załącznik nr 2 – rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag wniesionych do projektu uchwały.

§ 4. Ilekroć w dalszych przepisach uchwały jest mowa o:

- 1) **banerze** – należy przez to rozumieć powłokę rozpinaną na krawędziach, wykonaną z miękkich materiałów, takich jak: tkanina, tekstylia, folia, PCV;
- 2) **budynku o wartościach zabytkowych** – należy przez to rozumieć budynek wpisany do rejestru zabytków lub wpisany do gminnej ewidencji zabytków, a także chroniony ustaleniami miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego;
- 3) **budynku produkcyjnym** – należy przez to rozumieć budynek o funkcji produkcyjnej lub produkcyjno-usługowej;
- 4) **budynku usługowym** – należy przez to rozumieć budynek o funkcji wyłącznie usługowej, w tym handlowej;

- 5) **części elewacji obejmującej parter budynku** – należy przez to rozumieć część elewacji znajdującą się poniżej gzymsu rozdzielającego parter i kondygnację pierwszego piętra, a w przypadku braku gzymsu, 1 metr poniżej linii wyznaczonej przez parapety okien pierwszego piętra;
- 6) **elewacji** – należy przez to rozumieć każdą zewnętrzną ścianę budynku lub budowli ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektonicznymi z wyłączeniem dachu; skrzydła okien, drzwi, bram i krat otwierane do wewnątrz i na zewnątrz również stanowią elementy architektoniczne elewacji, a w przypadku budynku z arkadami (podcieniami) przez elewację należy rozumieć także arkady z podporami i łukami, jak również zewnętrzne ściany budynku w podcieniach;
- 7) **podziałach architektonicznych na elewacji budynku** - należy przez to rozumieć linie pionowe i poziome wyznaczone na elewacji budynku przez elementy architektoniczne, w szczególności rytmicznie powtarzające się, takie jak: okna, bramy, balkony, loggie, wykusze, ryzality, kolumny, lizeny, pilastry, gzymsy, płyciny, boniowanie itp.;
- 8) **gablocie informacyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, w którym eksponowany jest repertuar, harmonogram, plakaty itp. związane z wydarzeniami odbywającymi się w budynku;
- 9) **kompozycji literniczej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe składające się z liter lub cyfr, nieposiadające tła;
- 10) **logo** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, stanowiące unikalną i charakterystyczną formę graficzną służącą identyfikacji marki;
- 11) **Miejskim Systemie Informacji (MSI)** – należy przez to rozumieć jednolity architektonicznie oraz wizualnie zespół elementów przestrzennych, stanowiących nośniki informacji publicznej, adresowej, kierunkowej, turystycznej i historycznej, obejmujący elementy takie jak tablice i znaki informacyjne inne niż znaki drogowe;
- 12) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć reklamę w formie malarstwa ściennego wykonanego bezpośrednio na ścianie budynku;
- 13) **obiekcie sportowym** – należy przez to rozumieć konstrukcję nośną zadaszeń stadionów sportowych, hale sportowe i hale widowiskowo-sportowe, kryte pływalnie;
- 14) **ogrodzeniu pełnym** – należy przez to rozumieć mur pełny lub takie ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów, rozliczana na każdy metr bieżący ogrodzenia, wynosi mniej niż 40%, z wyjątkiem murów oporowych;
- 15) **ogródka gastronomicznym** – należy przez to rozumieć wyznaczone w przestrzeni publicznej miejsce dopuszczone do użytkowania dla celów gastronomicznych;
- 16) **powierzchni pola ekspozycji** – należy przez to rozumieć powierzchnię przeznaczoną do ekspozycji szyldów lub logo;
- 17) **powierzchni ekspozycji** – należy przez to rozumieć powierzchnię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, służącą ekspozycji reklamy, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych;
- 18) **przestrzeni publicznej** – należy przez to rozumieć powszechnie dostępne miejsca w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miasta, takie jak: drogi publiczne i wewnętrzne (osiedlowe), ciągi piesze i rowerowe, parkingi, place, otoczenie przystanków komunikacji zbiorowej, tereny zieleni, w tym parki, skwery, bulwary;
- 19) **kompozycji literniczej stanowiącej nazwę własną** – należy przez to rozumieć kompozycję literniczą umieszczoną na budynku usługowym lub produkcyjnym, stanowiącą nazwę własną tego budynku;
- 20) **terenie obsługi** - należy przez to rozumieć teren nieruchomości gruntowej w rozumieniu art. 46 § 1 Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks Cywilny, na której zlokalizowane są obiekty usługowe lub produkcyjne;
- 21) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego;

- 22) **wolnostojącej tablicy reklamowej lub wolnostojącym urządzeniu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nieumieszczone na obiekcie budowlanym lub urządzeniu budowlanym, takie jak:
- a) **billboard** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, o nie więcej niż dwóch powierzchniach ekspozycji, powiązane z gruntem jednym słupem - elementem konstrukcyjnym,
 - b) **totem** – wolnostojące, zbiorcze urządzenie dla szyldów lub logo, o maksymalnie 3 powierzchniach pola ekspozycji,
 - c) **słup plakatowo-reklamowy („okrągłak”)** – urządzenie w kształcie walca, służące do umieszczania reklam wydarzeń odbywających się na terenie miasta: bezpośrednio na nim lub w umieszczonej na nim gablocie albo w postaci elektronicznej powierzchni reklamowej,
 - d) **reklama pneumatyczna** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie dmuchanego (wykorzystującego sprężony gaz) nośnika reklamy eksponowanego w związku z organizowanymi wydarzeniami plenerowymi;
- 23) **wydarzeniach plenerowych** – należy przez to rozumieć imprezy masowe oraz inne wydarzenia organizowane w przestrzeni publicznej, w szczególności: uroczystości państwowe lub religijne, imprezy sportowe lub kulturalne, imprezy kierowane do określonej grupy odbiorców, wystawy, kiermasze, akcje o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub charytatywnym.

§ 5. Na terenie miasta Bielska-Białej wyznacza się dwa obszary:

- 1) obszar I, którego granice oznaczono na załączniku nr 1 do uchwały;
- 2) obszar II obejmujący pozostałą część miasta.

§ 6. Ustala się ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, dotyczące całego obszaru miasta:

- 1) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń w sposób inny niż ustalony w niniejszej uchwale;
- 2) nakaz dostosowania gabarytów tablic i urządzeń reklamowych do skali budynku oraz do podziałów architektonicznych na elewacji budynku;
- 3) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - a) na balustradach elementów architektonicznych,
 - b) na murach oporowych, z zastrzeżeniem §10,
 - c) na słupach oświetleniowych, telekomunikacyjnych itp.,
 - d) na drzewach i krzewach,
 - e) z wykorzystaniem materiałów o jaskrawych kolorach oznaczonych wg karty kolorów Pantone Color Formula Guide jako PANTONE w przedziale od 802U do 813U, w przedziale od 802U 2X do 806U 2X, w przedziale od 810U 2X do 813U 2X,
 - f) z wykorzystaniem materiałów umożliwiających projekcję świetlną lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące), w szczególności ekranów LED, LCD itp.,
 - g) z materiałów umożliwiających emisję światła białego o temperaturze barwowej innej niż z zakresu od 3000K do 3500K,
 - h) na terenach zieleni i terenach objętych formami ochrony przyrody,
 - i) wolnostojących w odległości mniejszej niż 100 m od pomników oraz miejsc pamięci, z wyjątkiem słupów plakatowo-reklamowych (okrągłaków),
 - j) na pojazdach nie będących w ruchu, przyczepach i naczepach samochodowych, służących wyłącznie ekspozycji reklamy,
 - k) na tymczasowych obiektach budowlanych oraz prowizorycznych konstrukcjach takich jak np. konstrukcje zbudowane z kontenerów, palet, rusztowań budowlanych;

- 4) w odniesieniu do szyldów - nakaz dostosowania kolorystyki, kompozycji graficznej, rodzaju materiałów, wielkości odpowiednio do kolorystyki, architektonicznego wystroju i kompozycji architektonicznej elewacji budynku, na którym są sytuowane;
- 5) nakaz zapewnienia wysokiego standardu estetycznego i technicznego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń oraz utrzymania ich w należytym stanie technicznym i estetycznym.

Rozdział 2.

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na obszarze I

- § 7. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach sportowych:
- 1) dopuszczenie sytuowania tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wyłącznie na jednej elewacji obiektu sportowego na następujących zasadach:
 - a) treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się na terenie obiektu sportowego,
 - b) maksymalna łączna powierzchnia ekspozycji – 20% powierzchni elewacji,
 - c) sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - d) w przypadku eksponowania w tym samym czasie kilku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych – nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu;
 - 2) dopuszczenie sytuowania przestrzennej kompozycji literniczej stanowiącej nazwę własną obiektu sportowego na następujących zasadach:
 - a) dostosowanie jej gabarytów do skali obiektu w taki sposób, aby nie stanowiła dominanty względem bryły obiektu i otaczającej go przestrzeni,
 - b) maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji.
- § 8. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach innych niż obiekty sportowe:
- 1) na budynkach handlowych o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10000 m², nie będących budynkami o wartościach zabytkowych:
 - a) zakaz sytuowania tablic reklamowych w formie banerów, z zastrzeżeniem lit. b,
 - b) dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych w formie banerów na obiektach, w których zlokalizowane są usługi kultury, na następujących zasadach:
 - treść reklamy dotyczy wydarzeń kulturalnych,
 - maksymalna łączna powierzchnia ekspozycji – 10% powierzchni elewacji,
 - sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - w przypadku eksponowania w tym samym czasie kilku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu,
 - c) dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym logo firm prowadzących działalność w budynku, wyłącznie w miejscach do tego celu wyznaczonych,
 - d) dopuszczenie sytuowania gablot informacyjnych o maksymalnej powierzchni 10% powierzchni elewacji,

- e) dopuszczenie sytuowania kompozycji literniczych stanowiących nazwę własną i logo na następujących zasadach:
- maksymalnie dwóch – na dwóch różnych elewacjach albo na jednej elewacji i dachu,
 - nakaz dostosowania ich gabarytów do skali budynku w taki sposób, aby nie stanowiły dominanty względem bryły budynku i otaczającej go przestrzeni,
 - maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji;
- 2) na budynkach innych niż wymienione w pkt 1:
- a) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający okna i drzwi, z zastrzeżeniem lit. b tiret drugie i lit. c, a także detale architektoniczne budynku np. gzyms, parapet, okiennicę, balustradę, balkon, loggię, schody zewnętrzne, blendę okienną, bordiurę, pilastry oraz boniowanie, przy czym dopuszcza się zasłonięcie boniowania na parterze budynku przez zbiorcze nośniki dla szyldów sytuowane równoległe do elewacji przy bramie wejściowej oraz gabloty informacyjne,
- b) dopuszczenie – dla każdego podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą w budynku – sytuowania maksymalnie dwóch szyldów lub logo, w tym jednego wyłącznie na zbiorczym nośniku równoległym do elewacji, umożliwiającym montaż szyldów lub logo jeden pod drugim przy bramie wejściowej, o jednakowej lub harmonijnie zestawionej kolorystyce tła i o jednakowych wymiarach, oraz jednego spośród wymienionych poniżej:
- montowanego na części elewacji obejmującej parter budynku – w formie kompozycji literniczej lub logo, sytuowanego równoległe do elewacji albo w formie szyldu (w tym kompozycji literniczej) lub logo na wysięgniku prostopadle do elewacji, na następujących zasadach:
 - wysokość szyldu lub logo – maksymalnie 0,5 m,
 - powierzchnia ekspozycji szyldu lub logo na wysięgniku – maksymalnie 0,3 m²,
 - długość wysięgnika – maksymalnie 0,85 m,
 - odległość pomiędzy wysięgnikami – minimalnie 4 m,
 - na budynkach o wartościach zabytkowych nakaz stosowania stylizowanych wysięgników dostosowanych do architektury budynku,
 - maksymalna łączna powierzchnia pola ekspozycji – 10% powierzchni tej części elewacji,
 - w przypadku, gdy montaż na części elewacji obejmującej parter budynku poza witrynami i oknami nie jest możliwy – w świetle witryny lub okna znajdujących się na części elewacji obejmującej parter budynku, na następujących zasadach:
 - montaż na transparentnym tle lub w formie kompozycji literniczej,
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji – 15% powierzchni witryny lub okna,
 - w formie jednego muralu na elewacji bocznej, pozbawionej otworów okiennych, o maksymalnej powierzchni ekspozycji 20% powierzchni elewacji – dla budynku usługowego lub produkcyjnego, w którym prowadzona jest wyłącznie jedna działalność gospodarcza,
 - na jednym zbiorczym urządzeniu lub w jednym wyznaczonym miejscu o maksymalnej powierzchni pola ekspozycji 20% powierzchni elewacji, wyłącznie na jednej elewacji – dla budynku usługowego, nie będącego budynkiem o wartościach zabytkowych,
- c) dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych, związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą, na powierzchni przeszkleń witryn lub okien w miejscu jej prowadzenia na następujących zasadach:
- wyłącznie na witrynach lub oknach znajdujących się na części elewacji obejmującej parter budynku,

- maksymalna powierzchnia ekspozycji – 10% powierzchni każdej witryny lub okna przynależnych do lokalu usługowego albo na powierzchni jednej witryny lub okna o maksymalnej powierzchni ekspozycji równej 10% sumy powierzchni witryn lub okien przynależnych do lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza,
- d) dopuszczenie sytuowania na budynku usługowym usług kultury:
- gablot informacyjnych o maksymalnej powierzchni 10% powierzchni elewacji,
 - tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wyłącznie na jednej elewacji budynku, na następujących zasadach:
 - treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się w tym budynku,
 - maksymalna łączna powierzchnia ekspozycji – 10% powierzchni elewacji,
 - sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - w przypadku eksponowania w tym samym czasie kilku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych – nakaz ujednolicenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu,
- e) dopuszczenie sytuowania logo budynku usługowego lub produkcyjnego na następujących zasadach:
- maksymalnie dwóch na dachu budynku nie będącego budynkiem o wartościach zabytkowych albo maksymalnie dwóch na dwóch różnych elewacjach,
 - maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji,
 - dostosowanie jego gabarytów do skali budynku w taki sposób, aby nie stanowiło dominanty względem bryły budynku i otaczającej go przestrzeni,
- f) dopuszczenie sytuowania kompozycji literniczej stanowiącej nazwę własną budynku usługowego lub produkcyjnego na następujących zasadach:
- maksymalnie dwie na dwóch różnych elewacjach,
 - maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji,
 - dostosowanie jej gabarytów do skali budynku w taki sposób, aby nie stanowiła dominanty względem bryły budynku i otaczającej go przestrzeni,
- g) dopuszczenie sytuowania markiz wyłącznie na części elewacji obejmującej parter budynku na następujących zasadach:
- sytuowanie w sposób nie powodujący zniszczenia detali architektonicznych,
 - z materiałów w kolorze beżowym, oznaczonym wg karty kolorów jako RAL nr 1001,
 - na lambrekinach markiz sytuowanie maksymalnie jednej, tej samej na każdym lambrekinie, nazwy lub jednego tego samego logo lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza, do którego przynależą markizy, albo jednej, tej samej na każdym lambrekinie, nazwy lub jednego tego samego logo firmy, której produkty są sprzedawane w tym lokalu.

§ 9. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) na terenach obsługi obiektów sportowych – dopuszczenie sytuowania tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów, na masztach, jeżeli te tablice lub urządzenia nie zostały usytuowane na obiekcie sportowym, na następujących zasadach:
- a) treść reklamy dotyczy wydarzenia odbywającego się na terenie obiektu sportowego,
 - b) maksymalnie cztery maszty, na których umieszczone są tablice lub urządzenia reklamowe,
 - c) wysokość taka sama dla wszystkich masztów i nie większa niż 11 m, mierzona od poziomu terenu do najwyższej położonego punktu masztu,

- d) maksymalna powierzchnia ekspozycji reklamy na jednym maszcie – 21 m²,
 - e) maszty wykonane z materiałów w kolorze szarym,
 - f) sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - g) w przypadku eksponowania w tym samym czasie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na kilku masztach – nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu;
- 2) na pozostałych terenach:
- a) zakaz sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych z zastrzeżeniem lit. b-d,
 - b) w przypadku prowadzenia na posesji więcej niż jednej działalności gospodarczej lub prowadzenia działalności na nieruchomości niezabudowanej dopuszczenie sytuowania totemu, na następujących zasadach:
 - maksymalna wysokość mierzona od poziomu terenu do najwyższego położonego punktu totemu – 3 m,
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji jednego szyldu na totemie – 0,75 m²,
 - maksymalna powierzchnia pola ekspozycji totemu – 4,5 m²,
 - minimalna odległość pomiędzy totemami, które usytuowane są po tej samej stronie drogi – 20 m,
 - c) na terenie obsługi budynku usługowego usług kultury dopuszczenie sytuowania tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów, na masztach, jeżeli tablice ani urządzenia reklamowe nie zostały usytuowane na elewacji tego budynku, na następujących zasadach:
 - treść reklamy dotyczy wydarzenia odbywającego się na tym terenie,
 - maksymalnie cztery maszty, na których umieszczone są tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe,
 - wysokość taka sama dla wszystkich masztów i nie większa niż 7 m, mierzona od poziomu terenu do najwyższego położonego punktu masztu,
 - maszty wykonane z materiałów w kolorze czarnym lub szarym,
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji reklamy na jednym maszcie – 9 m²,
 - sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - w przypadku eksponowania w tym samym czasie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na kilku masztach – nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu,
 - d) dopuszczenie sytuowania:
 - słupów plakatowo-reklamowych („okrągłaków”) w sposób nie utrudniający ruchu pieszego:
 - na placach miejskich,
 - na terenach obsługi budynków usługowych usług kultury lub edukacji,
 - przy chodnikach wzdłuż dróg publicznych, tak aby nie zawężyły szerokości chodnika,
 - w miejscach wydarzeń plenerowych reklam pneumatycznych sytuowanych nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanych nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na terenach gminnych, Skarbu Państwa, Miasta na prawach powiatu, na następujących zasadach:
 - nakaz ujednoczenia ich gabarytów,
 - treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się na terenie miasta,

-- sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu.

- § 10.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na występie muru oporowego, na osi ryzalitu wschodniej elewacji Zamku książąt Sułkowskich – Muzeum Historycznego w Bielsku-Białej:
- 1) treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się w Zamku książąt Sułkowskich – Muzeum Historycznym, współistniejących z Muzeum miejskich instytucjach kultury oraz Teatrze Polskim;
 - 2) sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu;
 - 3) w przypadku eksponowania w tym samym czasie kilku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych – nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu.
- § 11.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenach stacji paliw – dopuszczenie sytuowania logo, nazw własnych na budynkach i zadaszeniach oraz wolnostojących tablic informacyjnych z nazwą własną, logo oraz informacją o cenach paliw, na dotychczasowych zasadach ujednoczonych i charakterystycznych dla każdego ze sprzedawców paliw.
- § 12.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogrodzeniach:
- 1) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem szyldów, z zastrzeżeniem pkt 2-3;
 - 2) zakaz sytuowania szyldów:
 - a) w formie banerów,
 - b) na tymczasowych obiektach budowlanych, ekranach akustycznych;
 - 3) dopuszczenie sytuowania szyldów na następujących zasadach:
 - a) maksymalnie jeden szyld na ogrodzeniu posesji, na terenie której prowadzona jest działalność gospodarcza,
 - b) maksymalna powierzchnia ekspozycji – 0,5 m².
- § 13.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych na wiatach przystankowych komunikacji miejskiej:
- 1) nakaz umieszczania gablot wyłącznie od strony wyjazdowej bocznej konstrukcji wiaty przystankowej;
 - 2) dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych wyłącznie na zewnętrznej stronie gabloty stanowiącej stałe wyposażenie wiaty przystankowej;
 - 3) nakaz sytuowania rozkładu jazdy oraz informacji pasażerskiej wyłącznie na wewnętrznej stronie gabloty reklamowej.
- § 14.** Ustala się zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na rusztowaniach budowlanych.
- § 15.** Ustala się zakaz sytuowania dwustronnych stojaków reklamowych, tzw. potykaczy.
- § 16.** Ustala się następujące zasady i warunki urządzania ogródków gastronomicznych:
- 1) zakaz sytuowania:
 - a) stoisk handlowych, za wyjątkiem okresów, w których organizowane są wydarzenia plenerowe,
 - b) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 2,
 - c) podestów, z tym, że dopuszcza się podesty drewniane lub metalowe zakryte drewnianą konstrukcją w miejscach, gdzie spadek terenu jest większy niż 5%;

- 2) dopuszczenie sytuowania nazw własnych lub logo lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza, nazwy lub logo firmy, której produkty są sprzedawane w tym lokalu, na elementach stanowiących wyposażenie ogródków gastronomicznych, na następujących zasadach:
 - a) nie więcej niż jedna ta sama nazwa własna lub jedno to samo logo na elemencie stanowiącym wyposażenie ogródka gastronomicznego, innym niż parasol lub markiza,
 - b) nie więcej niż jedna ta sama nazwa własna lub jedno to samo logo na lambrekinach parasoli lub markiz;
- 3) na czasach parasoli i markiz nakaz stosowania materiałów w kolorze beżowym oznaczonym wg karty kolorów jako RAL nr 1001.

Rozdział 3.

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na obszarze II

- § 17. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach sportowych jak w § 7.
- § 18. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach innych niż obiekty sportowe:
- 1) na budynkach handlowych o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10000 m², nie będących budynkami o wartościach zabytkowych jak w § 8 pkt 1;
 - 2) na budynkach innych niż wymienione w pkt 1:
 - a) zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający okna i drzwi z zastrzeżeniem lit. b tiret drugie i lit. c, a także detale architektoniczne budynku np. gzyms, parapet, okiennicę, balustradę, balkon, loggię, schody zewnętrzne, blendę okienną, bordiurę, pilastry, oraz boniowanie, przy czym dopuszcza się zasłonięcie boniowania na parterze budynku przez zbiorcze nośniki dla szyldów sytuowane równolegle do elewacji przy bramie wejściowej oraz gabloty informacyjne,
 - b) dopuszczenie – dla każdego podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą w budynku – sytuowania maksymalnie dwóch szyldów lub logo, w tym jednego wyłącznie na zbiorczym nośniku równoległym do elewacji, umożliwiającym montaż szyldów lub logo jeden pod drugim przy bramie wejściowej, o jednakowej lub harmonijnie zestawionej kolorystyce tła i o jednakowych wymiarach, oraz jednego spośród wymienionych poniżej:
 - montowanego na części elewacji obejmującej parter budynku – w formie kompozycji literniczej lub logo, sytuowanego równolegle do elewacji albo w formie szyldu, kompozycji literniczej lub logo na wysięgniku prostopadle do elewacji, na następujących zasadach:
 - wysokość szyldu, kompozycji literniczej lub logo – maksymalnie 0,6 m,
 - powierzchnia ekspozycji szyldu, kompozycji literniczej lub logo na wysięgniku – maksymalnie 0,4 m²,
 - długość wysięgnika – maksymalnie 0,85 m,
 - odległość pomiędzy wysięgnikami – minimalnie 4 m,
 - na budynkach o wartościach zabytkowych nakaz stosowania stylizowanych wysięgników, dostosowanych do architektury budynku,
 - maksymalna powierzchnia pola ekspozycji – 10% powierzchni tej części elewacji,
 - w przypadku, gdy montaż na części elewacji obejmującej parter budynku poza witrynami i oknami nie jest możliwy – w świetle witryny lub okna znajdujących się na części elewacji obejmującej parter budynku, na następujących zasadach:
 - montaż na transparentnym tle lub w formie kompozycji literniczej,

- maksymalna powierzchni ekspozycji – 15% powierzchni witryny lub okna,
 - w formie jednego muralu na elewacji bocznej, pozbawionej otworów okiennych, o maksymalnej powierzchni ekspozycji 20% powierzchni elewacji – dla budynku usługowego lub produkcyjnego, w którym prowadzona jest wyłącznie jedna działalność gospodarcza,
 - na jednym zbiorczym urządzeniu o maksymalnej powierzchni pola ekspozycji 20% powierzchni elewacji lub w jednym wyznaczonym miejscu, wyłącznie na jednej elewacji – dla budynku usługowego, nie będącego budynkiem o wartościach zabytkowych,
- c) dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą na powierzchni przeszkleń witryn lub okien w miejscu jej prowadzenia, na następujących zasadach:
- wyłącznie na witrynach lub oknach znajdujących się na części elewacji obejmującej parter budynku,
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji – 10% powierzchni każdej witryny lub okna przynależnych do lokalu usługowego albo na powierzchni jednej witryny lub okna o maksymalnej powierzchni ekspozycji równej 10% sumy powierzchni witryn lub okien przynależnych do lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza,
- d) dopuszczenie sytuowania na budynku usługowym usług kultury:
- gablot informacyjnych o maksymalnej powierzchni 10% powierzchni elewacji,
 - tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wyłącznie na jednej elewacji budynku, na następujących zasadach:
- treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się w tym budynku,
 - maksymalna łączna powierzchnia ekspozycji – 10% powierzchni elewacji,
 - sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
 - w przypadku eksponowania w tym samym czasie kilku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych – nakaz ujednolicenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu,
- e) dopuszczenie sytuowania jednej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego na jednej elewacji budynku usługowego lub produkcyjnego nie będącego budynkiem o wartościach zabytkowych, o maksymalnej powierzchni ekspozycji 20% powierzchni elewacji, jeżeli treść reklamowa dotyczy usług lub produkcji wykonywanych w tym budynku,
- f) dopuszczenie sytuowania logo budynku usługowego lub produkcyjnego na następujących zasadach:
- maksymalnie dwóch na dachu budynku nie będącego budynkiem o wartościach zabytkowych albo maksymalnie dwóch na dwóch różnych elewacjach,
 - maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji,
 - dostosowanie jego gabarytów do skali budynku w taki sposób, aby nie stanowiło dominanty względem bryły budynku i otaczającej go przestrzeni,
- g) dopuszczenie sytuowania kompozycji literniczej stanowiącej nazwę własną budynku usługowego lub produkcyjnego na następujących zasadach:
- maksymalnie dwie na dwóch różnych elewacjach,
 - maksymalna wysokość – 10% wysokości elewacji,
 - dostosowanie jej gabarytów do skali budynku w taki sposób, aby nie stanowiła dominanty względem bryły budynku i otaczającej go przestrzeni,
- h) dopuszczenie sytuowania markiz wyłącznie na części elewacji obejmującej parter budynku na następujących zasadach:
- sytuowanie w sposób nie powodujący zniszczenia detali architektonicznych,

- z materiałów w kolorze beżowym, oznaczonym wg karty kolorów jako RAL nr 1001,
- na lambrekinach markiz sytuowanie maksymalnie jednej, tej samej na każdym lambrekinie, nazwy lub jednego tego samego logo lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza, do którego przynależą markizy albo jednej, tej samej na każdym lambrekinie, nazwy lub jednego tego samego logo firmy, której produkty są sprzedawane w tym lokalu.

§ 19. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) na terenach obsługi obiektów sportowych – takie jak ustalone w § 9 pkt 1;
- 2) na terenach obsługi budynków usługowych (w tym handlowych) oraz produkcyjnych, o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m² ale nie większej niż 10000 m², nie będących budynkami o wartościach zabytkowych, dopuszczenie sytuowania maksymalnie trzech tablic lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów, na masztach na następujących zasadach:
 - a) treść reklamy dotyczy usług lub produkcji wykonywanych na tym terenie,
 - b) wysokość taka sama dla wszystkich masztów i nie większa niż 11 m, mierzona od poziomu terenu do najwyżej położonego punktu masztu,
 - c) maksymalna powierzchnia ekspozycji reklamy na jednym maszcie – 21 m²,
 - d) maszty wykonane z materiałów w kolorze szarym,
 - e) w przypadku eksponowania w tym samym czasie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na kilku masztach – nakaz ujednolicenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu;
- 3) na terenach obsługi budynków usługowych (w tym handlowych) oraz produkcyjnych o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 10000 m², nie będących budynkami o wartościach zabytkowych, dopuszczenie sytuowania:
 - a) jednego totemu o maksymalnej wysokości 20 m,
 - b) maksymalnie trzech tablic lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów, na masztach na zasadach określonych w pkt 2 lit. a - e albo jednego billboardu na następujących zasadach:
 - treść reklamy dotyczy usług lub produkcji wykonywanych na tym terenie
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji billboardu – 18 m²,
 - maksymalna wysokość billboardu – 9 m,
- 4) na pozostałych terenach:
 - a) zakaz sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem lit. b-d,
 - b) dopuszczenie, w przypadku prowadzenia na posesji więcej niż jednej działalności gospodarczej, sytuowania totemu na następujących zasadach:
 - maksymalna wysokość mierzona od poziomu terenu do najwyżej położonego punktu totemu – 4 m,
 - maksymalna powierzchnia ekspozycji jednego szyldu lub logo na totemie – 0,75 m²,
 - maksymalna powierzchnia pola ekspozycji totemu – 4,5 m²,
 - minimalna odległość pomiędzy totemami, które usytuowane są po tej samej stronie drogi – 40 m,
 - c) na terenie obsługi budynku usługowego usług kultury dopuszczenie sytuowania tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych z wyłączeniem szyldów, na masztach, jeżeli tablice ani urządzenia reklamowe nie zostały usytuowane na elewacji tego budynku, na następujących zasadach:
 - treść reklamy dotyczy wydarzenia odbywającego się na tym terenie,
 - maksymalnie cztery maszty, na których umieszczone są tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe,

- wysokość taka sama dla wszystkich masztów i nie większa niż 7 m, mierzona od poziomu terenu do najwyższego położonego punktu masztu,
- maszty wykonane z materiałów w kolorze czarnym lub szarym,
- maksymalna powierzchnia ekspozycji reklamy na jednym maszcie – 9 m²,
- sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
- w przypadku eksponowania w tym samym czasie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na kilku masztach – nakaz ujednoczenia ich gabarytów oraz wysokości ich montażu,

d) dopuszczenie sytuowania:

- słupów plakatowo-reklamowych („okrągłaków”) w sposób nie utrudniający ruchu pieszego:
 - na placach miejskich,
 - na terenach obsługi budynków usługowych usług kultury lub edukacji,
 - przy chodnikach wzdłuż dróg publicznym, tak aby nie zawężyły szerokości chodnika,
- w miejscach wydarzeń plenerowych reklam pneumatycznych sytuowanych nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanych nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu,
- tymczasowych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na terenach gminnych, Skarbu Państwa, Miasta na prawach powiatu, na następujących zasadach:
 - nakaz ujednoczenia ich gabarytów,
 - treść reklamy dotyczy wydarzeń odbywających się na terenie miasta,
 - sytuowanie nie wcześniej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia i eksponowanie nie dłużej niż 5 dni po jego zakończeniu.

§ 20. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenach stacji paliw jak w § 11.

§ 21. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogrodzeniach jak w § 12.

§ 22. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych na wiadach przystankowych komunikacji miejskiej jak w § 13.

§ 23. Ustala się zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na rusztowaniach budowlanych.

§ 24. Ustala się zakaz sytuowania dwustronnych stojaków reklamowych, tzw. potykaczy.

§ 25. Ustala się następujące zasady i warunki urządzania ogródków gastronomicznych jak w § 16.

Rozdział 4.

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

§ 26. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:

- 1) zakaz sytuowania obiektów małej architektury, takich jak kontenery na odzież używaną oraz dystrybutory z napojami lub produktami żywnościowymi w miejscach widocznych z przestrzeni publicznej;
- 2) dopuszczenie sytuowania stoisk handlowych i gastronomicznych wyłącznie na czas trwania wydarzeń plenerowych;
- 3) nakaz:
 - a) wykonania z materiałów naturalnych, takich jak drewno, kamień, oraz metalu, betonu, ceramiki,

- b) zachowania naturalnej kolorystyki zastosowanych naturalnych materiałów,
- c) stosowania materiałów w kolorze czarnym lub grafitowym RAL 7011, 7015, 7016, 7024 dla metalowych konstrukcji ławek i koszy na śmieci,
- d) stosowania materiałów w kolorze czarnym, szarym, dla pachołków, barierek, słupków, łańcuchów drogowych itp.,
- e) stosowania materiałów w kolorach zgodnych z Miejskim Systemem Informacji (MSI) lub kolorze grafitowym RAL 7024 dla przystanków autobusowych sytuowanych na obszarze I,
- f) stosowania materiałów w kolorze grafitowym RAL 7024 dla przystanków autobusowych sytuowanych na obszarze II,
- g) stosowania materiałów w kolorze czarnym lub szarym dla słupów latarni i oświetlenia ulicznego.

§ 27. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) zakaz:
 - a) sytuowania ogrodzeń w odległości mniejszej niż 10 m od linii brzegu rzeki Białej, z wyjątkiem ogrodzeń placów zabaw, oraz w odległości mniejszej niż 5 m od linii brzegu innych publicznych powierzchniowych wód śródlądowych, z wyjątkiem grodzienia terenów, w odniesieniu do których przepisy odrębne stanowią inaczej,
 - b) sytuowania ogrodzeń na obszarach objętych formami ochrony przyrody takimi jak: rezerwy przyrody, zespoły przyrodniczo-krajobrazowe, użytki ekologiczne, oraz w odległości mniejszej niż 5 m od granic tych obszarów, z wyjątkiem grodzienia terenów, w odniesieniu do których przepisy odrębne stanowią inaczej,
 - c) sytuowania ogrodzeń na terenach zieleni z wyjątkiem grodzienia placów zabaw oraz terenów, w odniesieniu do których przepisy odrębne stanowią inaczej,
 - d) wykonywania podwalin i podmurówek wyższych niż poziom gruntu na obszarach objętych formami ochrony przyrody, innymi niż wymienione w lit. b, oraz na działkach z zabudową mieszkaniową, z zastrzeżeniem pkt 2 lit. c, d,
 - e) zawieszania przęseł ogrodzenia na wysokości mniejszej niż 10 cm nad poziomem gruntu na obszarach objętych formami ochrony przyrody, innymi niż wymienione w lit. b, oraz na działkach z zabudową mieszkaniową, z wyjątkiem przęseł sytuowanych wzdłuż dróg publicznych,
 - f) wykonywania ogrodzeń z przęslami z prefabrykowanych płyt betonowych,
 - g) sytuowania ogrodzeń pełnych z zastrzeżeniem pkt 2 lit. c, d, e;
- 2) dopuszczenie:
 - a) ogrodzeń o maksymalnej wysokości mierzonej od poziomu grodzionego terenu w miejscu grodzienia do najwyżej położonego punktu ogrodzenia w tym miejscu – 1,3 m, z wyjątkiem grodzienia terenów, w odniesieniu do których przepisy odrębne stanowią inaczej,
 - b) ogrodzeń pastwisk i wybiegów dla zwierząt o maksymalnej wysokości mierzonej od poziomu terenu w miejscu grodzienia do najwyżej położonego punktu ogrodzenia w tym miejscu – 1,6 m,
 - c) poza terenami objętymi formami ochrony przyrody wykonywania od strony dróg publicznych ogrodzeń pełnych o maksymalnej wysokości 0,5 m,
 - d) wykonywania od strony dróg publicznych maksymalnie trzech dla jednej działki budowlanej fragmentów ogrodzenia pełnego o maksymalnej długości każdego z fragmentów – 3 m,
 - e) ogrodzeń pełnych terenów obsługi budynków produkcyjnych,
 - f) ogrodzeń wykonanych głównie z betonu, kamienia naturalnego, metalu, drewna, ceramiki,
 - g) ogrodzeń z materiałów w kolorze czarnym, ciemnozielonym, szarym, naturalnym kolorze drewna, kamienia, ceramiki lub betonu, z których są wykonane.

Rozdział 5.

Przepisy końcowe

§ 28. 1. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ogrodzenia pełne wykonane z przęseł z prefabrykowanych płyt betonowych, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, należy dostosować do określonych w uchwale zakazów, zasad i warunków ich sytuowania w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały, zastrzeżeniem ust. 2 i 3.

2. Istniejące w obszarze II, w dniu wejścia w życie uchwały billboardy należy dostosować do określonych w uchwale zakazów, zasad i warunków ich sytuowania w terminie nie dłuższym niż 3 lata od dnia wejścia w życie uchwały.

3. Murale oraz pionowe kompozycje liternicze umieszczone na narożnikach budynków, pełniące funkcję tablic lub urządzeń reklamowych, powstałe przed 1989 r. istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, należy dostosować do określonych w uchwale zakazów, zasad i warunków ich sytuowania w terminie nie dłuższym niż 40 lat od dnia wejścia w życie uchwały.

4. Obiekty małej architektury, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

5. Ogrodzenia, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, z zastrzeżeniem ust. 1, zwalnia się z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

§ 29. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta.

§ 30. Uchwała podlega ogłoszeniu w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego.

§ 31. Uchwała wchodzi w życie po upływie 30 dni od jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego.

