

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA KALISZA

z dnia 26 maja 2022 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15) ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 559) oraz art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 503) 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”, zwane dalej „uchwałą krajobrazową” na obszarze miasta Kalisza, zwanego dalej „Miastem”.

§ 2. 1. Uchwała obejmuje postanowienia zawarte w treści uchwały oraz w załączniku graficznym nr 2 – rysunku ukazującego granice obszarów, o których mowa w ust. 2 – w skali 1:5000.

2. Ustala się różne regulacje dla różnych obszarów Miasta wraz z jednoznacznym określeniem granic tych obszarów w formie opisu będącego integralną częścią uchwały i stanowiącym załącznik nr 1 do uchwały.

3. Integralną częścią uchwały jest rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych uwag, wniesionych do projektu uchwały, niebędące ustaleniami uchwały i stanowiące załącznik nr 3 do uchwały.

§ 3. Celem uchwały jest:

- 1) podniesienie jakości życia mieszkańców poprzez wsparcie działań mających na celu poprawę ładu przestrzennego i harmonii przestrzeni publicznych;
- 2) realizacja oczekiwania społecznego, wyrażonego w konsultacjach społecznych prowadzonych we wrześniu 2017 roku oraz w marcu 2020 roku;
- 3) podniesienie prestiżu Miasta poprzez dbałość o dziedzictwo kulturowe i związany z nim wizerunek „miasta o najstarszej metryce pisanej w Polsce”;
- 4) wprowadzenie 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 dla obszaru całego miasta Kalisza, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu;
- 5) ochrona ładu przestrzennego i jego prawidłowego kształtowania w zabytkowej przestrzeni Miasta;
- 6) ochrona krajobrazu kulturowego, cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych Miasta;
- 7) poprawa estetyki, wprowadzenie dobrych praktyk i opanowania chaosu reklamowego na terenie Miasta.

§ 4. 1. Określenia użyte w niniejszej uchwale należy rozumieć zgodnie z poniższymi definicjami:

- 1) billboard – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące lub sytuowane na ścianie budynku, posiadające ramę, w obszarze której umieszcza się powierzchnię służącą ekspozycji reklamy w układzie horyzontalnym, w formie plakatu, w tym: dwie takie powierzchnie, równoległe do siebie i skierowane przeciwnie, sytuowane na tej samej wysokości i wspólnej konstrukcji, przy czym plakat może być zamocowany na przewijanej rolce zawierającej kilka reklam, o ile po przewinięciu jest widoczna jedynie jedna reklama;
- 2) citylight – tablica reklamowa z pojedynczą lub podwójną powierzchnią służącą ekspozycji reklamy umieszczoną w gablocie, wolnostojąca lub występująca jako część konstrukcji przystanków komunikacji zbiorowej;

- 3) gablota – skrzynka z przezroczystym frontem lub także z bocznymi ścianami i nieprzezroczystym tyłem, służąca do ekspozycji tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego lub innych elementów, sytuowana w parterze elewacji, o niewielkich gabarytach określonych w niniejszej uchwale;
- 4) forma trwale związana z gruntem – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe wolnostojące, posiadające fundament znajdujący się pod powierzchnią terenu;
- 5) lambrekin – zwisająca swobodnie z przodu część markizy lub część parasola sytuowana wkoło konstrukcji jego czaszy;
- 6) litery przestrzenne – urządzenie reklamowe w postaci przestrzennych form liter bądź grafik, w tym szczególnie napisów, znaków, logo, symboli, mieszczących się we własnym obrysie i nie posiadających tła, w tym szczególnie neony;
- 7) markiza – rodzaj zadaszenia, najczęściej z płótna, umieszczonego nad drzwiami budynków, wystawami sklepów oraz jako element wyposażenia ogródków gastronomicznych;
- 8) maszt reklamowy – urządzenie reklamowe o konstrukcji słupa i tekstylnej flagi;
- 9) neon – urządzenie reklamowe w postaci lampy wykonanej ze szklanych rurek wypełnionych gazem szlachetnym, formowanych w przestrzenną formę służącą ekspozycji reklamy;
- 10) ogródek gastronomiczny – zagospodarowanie przestrzeni publicznej pod prowadzenie działalności gastronomicznej;
- 11) pas reklamowy – powierzchnia na elewacji pomiędzy górną krawędzią witryn, otworów okiennych, lub drzwiowych parteru budynku a dolną krawędzią: gzymsu, uskoku lub podziału na elewacji lub, gdy żadne z powyższych nie występuje, dolnej krawędzi otworów okiennych kondygnacji wyższej; w szczególnych przypadkach na elewacji mogą występować dwa pasy reklamowe, w przypadku, gdy kondygnacja podziemna posiada otwory okienne lub drzwiowe powyżej poziomu gruntu – wtedy drugim pasem reklamowym jest powierzchnia elewacji między otworami okiennymi lub drzwiowymi kondygnacji podziemnej i parteru;
- 12) potykacz – urządzenie reklamowe, wolnostojące, nietrwale związane z gruntem, złożone z dwóch tablic reklamowych, złączonych u góry w taki sposób, że tworzą w widoku z boku literę A;
- 13) pylon reklamowy – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące, o maksymalnie dwóch powierzchniach ekspozycji, trwale związane z gruntem, zachowujące proporcje szerokości do wysokości wynoszące od 1:3 do 1:5 oraz o formie przestrzennej urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej, wypełniającej 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej;
- 14) RAL – zestaw międzynarodowych systemów standaryzacji barw, wprowadzonych przez RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V.;
- 15) reklama okolicznościowa – reklama tymczasowa w postaci tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, sytuowana jako obiekt wolnostojący lub na elewacji budynku, na określony czas trwania imprez kulturalnych lub sportowych i z nimi związana, sytuowana na maksymalnie 30 dni;
- 16) System Informacji Miejskiej (SIM) – obiekty pełniące funkcję oznakowania Miasta różnego rodzaju informacją porządkową, ułatwiająca zorientowanie ludzi w przestrzeni publicznej np. informacje o obiektach użyteczności publicznej, turystycznych, zabytkach, przystankach komunikacji zbiorowej, nazwach ulic oraz numerach porządkowych budynków;
- 17) sztaluga – stojak, najczęściej o trzech nogach, skonstruowany z drewnianych listew, na którym umieszcza się obraz, w tym przypadku menu lub ofertę oraz reklamę lokalu gastronomicznego;
- 18) szyld semaforowy – szyld sytuowany prostopadle do elewacji budynku lub ściany urządzenia automatycznego i tymczasowego obiektu budowlanego lub pod kątem 135 stopni do elewacji budynku w przypadku sytuowania na narożniku tego budynku, może mieć maksymalnie dwie przeciwległe powierzchnie służące ekspozycji reklamy;
- 19) tablica kierunkowa – tablica reklamowa sytuowana na elewacji lub trwale związana z gruntem w formie strzałki lub prostokąta, o określonym w niniejszej uchwale niewielkim gabarycie;
- 20) totem – urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie słupa lub innej pionowej konstrukcji o szerokości maksymalnie 6 m, zwieńczonego przestrzenną formą służącą ekspozycji reklamy,

umieszczoną koncentrycznie, minimum trzykrotnie szerszą niż szerokość tej konstrukcji, o maksymalnie czterech ekspozycjach usytuowanych na jednej wysokości (najwyższy punkt formy przestrzennej to najwyższy punkt konstrukcji lub słupa);

- 21) urządzenie automatyczne – obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiające zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;
- 22) witryna – przestrzeń otworu okiennego lub drzwiowego w grubości ściany, w parterach sklepów i lokali usługowych;
- 23) zasada proporcji – oznacza zasadę sytuowania ograniczającą wysokość liter przestrzennych w zależności od wysokości budynku (licząc od powierzchni terenu do okapu), na którym są sytuowane, zgodnie z poniższymi wartościami:
 - a) dla budynków o wysokości do 6 m wysokość szyldu maksymalnie 1/4 wysokości budynku i szerokość szyldu maksymalnie czterokrotność wysokości szyldu,
 - b) dla budynków o wysokości do 12 m wysokość szyldu maksymalnie 1/5 wysokości budynku i szerokość szyldu maksymalnie czterokrotność wysokości szyldu,
 - c) dla budynków o wysokości do 25 m wysokość szyldu maksymalnie 1/8 wysokości budynku i szerokość szyldu maksymalnie czterokrotność wysokości szyldu,
 - d) dla budynków powyżej 25 m wysokość szyldu maksymalnie 1/10 wysokości budynku (nie więcej niż 5 m) i szerokość szyldu maksymalnie czterokrotność wysokości szyldu;
- 24) zasada spójności szyldów – zasada dotycząca sytuowania szyldów w obszarze jednego obszaru elewacji lub jednej płaszczyzny urządzenia, wskazująca na obowiązek sytuowania szyldów symetrycznie względem siebie, w liczbie jeden na podmiot, w tym samym gabarycie wynoszącym maksymalnie A4 i w równych odległościach od siebie (co najmniej 0,05 m) oraz w równych odległościach od krawędzi ścian, przylegających konstrukcji budowlanych i znaczących detali architektonicznych (co najmniej 0,01 m);
- 25) zasada wkomponowania – zasada dotycząca wpasowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w znaczący detal architektoniczny, co rozumie się poprzez zachowanie odległości min. 0,3 m od takich elementów oraz krawędzi otworów okiennych (jeśli dotyczy), nieprzekraczania krawędzi ścian zewnętrznych oraz okapu i górnej krawędzi attyki oraz zachowania równych odległości między poszczególnymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi wynoszącymi min. 0,3 m;
- 26) znaczący detal architektoniczny – fragment architektonicznego wykończenia budynku, pełniący rolę użytkową lub estetyczną: ornament, arkada, podpora, przypora, kolumna, pilaster, lizena, półkolumna, fronton, fryz, gzyms, nisza, blenda, obramienia otworów okiennych i drzwiowych, okiennice.

2. Wszelkie inne określenia należy rozumieć zgodnie z ich definicjami określonymi w przepisach odrębnych a w przypadku ich braku, zgodnie z przyjętymi powszechnie definicjami zawartymi w słowniku języka polskiego.

§ 5. 1. Ustalenia dotyczące formy ochrony przyrody - rezerwatu przyrody „Torfowisko Lis” należy stosować z uwzględnieniem przepisów odrębnych.

2. Niniejsza uchwała nie narusza przepisów odrębnych, w szczególności przepisów ochrony zabytków i opiece nad zabytkami, przepisów prawa budowlanego, przepisów ochrony przyrody, przepisów dotyczących ochrony przeciwpożarowej oraz przepisów dotyczących dróg publicznych.

§ 6. 1. Wskazane w niniejszej uchwale wymiary, oprócz powszechnie stosowanych formatów A3, A4 i A5, podlegają dopuszczonej tolerancji wynoszącej +/- 3%.

2. Podane w uchwale odległości liczy się od skrajnych elementów tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, ogrodzeń, obiektów małej architektury oraz innych elementów zagospodarowania, w tym budynków (w rzucie prostopadłym na płaszczyznę gruntu).

3. Odległość tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych od skrzyżowań liczona jest jako najkrótszy odcinek łączący rzut prostopadły na płaszczyznę gruntu skrajnego elementu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przecięciem krawędzi jezdni.

4. Wymiary takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycji tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie szerokość jest wymiarem poziomym, wysokość pionowym, grubość jest wymiarem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycji.

5. Powierzchnia ekspozycyjna liczona jest jako pole powierzchni prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego lub jako pole powierzchni bocznej walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie.

6. Liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot liczona jest jako jeden szyld w poniższych niestandardowych przypadkach:

- 1) jako suma wszystkich elementów szyldu takich jak litery przestrzenne lub litery przestrzenne i logo,
- 2) dla szyldu wolnostojącego posiadającego powierzchnie ekspozycji skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania.

§ 7. 1. Ustala się termin dostosowania do zapisów uchwały, dla istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, na 36 miesięcy od daty jej wejścia w życie, z zastrzeżeniem ust. 2 i 3.

2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i niezgodnych z §14 pkt 1) lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 12 miesięcy.

3. Dla szyldów, będących budowlami i sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę niezgodnych z § 13 pkt 13) (gabaryty lub liczba) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 60 miesięcy.

4. Dla szyldów, sytuowanych po wejściu w życie danego miejscowego planu zagospodarowania terenu, na terenie objętym tym planem i zgodnych z zapisami tego planu, o ile plan ten posiadał postanowienia, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, termin o którym mowa w ust. 1 określa się na 60 miesięcy.

§ 8. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje małej architektury, o których mowa w dziale III (rozdziale 1) uchwały;
- 2) wszystkie rodzaje ogrodzeń, o których mowa w dziale III (rozdziale 2) uchwały;

§ 9. 1. Ustala się następujące warunki dostosowania do zapisów uchwały dla istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) usunięcie wszystkich niezgodnych z postanowieniami uchwały krajobrazowej elementów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych;
- 2) należy przywrócić elementy przestrzeni, powierzchni i nawierzchni, zmienione w wyniku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niezgodnych z przepisami uchwały krajobrazowej do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach, sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego.

2. Sytuowanie nowych elementów Systemu Informacji Miejskiej (SIM) w terminie późniejszym niż istniejące w dniu wejścia w życie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe nie nakłada obowiązku dostosowania dla tychże tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, zgodnie z §4 ust. 1 pkt 16) oraz §14 pkt 1) lit. l).

DZIAŁ II.

PRZEPISY DLA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH

Rozdział 1.

Zasady i warunki dotyczące szyldów

§ 10. Dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem liczby w nim określonych.

§ 11. 1. Ustala się maksymalną liczbę szyldów, dopuszczoną dla jednego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości, jako sumę dopuszczalnych szyldów, zależnych od warunków wskazanych w postanowieniach szczegółowych w § 13 w liczbach wskazanych w tych warunkach, jednak nie więcej niż wartości poniższe, z zastrzeżeniem ust. 2:

- 1) na budynkach i tymczasowych obiektach budowlanych, ogranicza się liczbę szyldów do siedmiu, z tym zastrzeżeniem, że na jednej elewacji możliwe jest sytuowanie przez każdy podmiot:
 - a) maksymalnie trzech szyldów do wysokości górnej krawędzi pasa reklamowego,
 - b) maksymalnie jednego szyldu powyżej pasa reklamowego;
- 2) na obiektach małej architektury i urządzeniach automatycznych ogranicza się liczbę szyldów w zależności od liczby tych elementów:
 - a) na jednym obiekcie małej architektury możliwe jest sytuowanie jednego szyldu przez nie więcej niż jeden podmiot,
 - b) na jednym urządzeniu automatycznym możliwe jest sytuowanie trzech szyldów przez nie więcej niż jeden podmiot;
- 3) w formie wolnostojącej, ogranicza się liczbę szyldów do pięciu.

2. Dopuszcza się dodatkowe szyldy będące odtworzeniem szyldów sytuowanych przed 1989 r., w szczególności neony, ponad liczbę określoną w ust. 1, sytuowanych w oryginalnych miejscach i gabarytach.

§ 12. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania szyldów:

- 1) dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie poza: znaczącymi detalami architektonicznymi, balustradami balkonów, schodów i portfenetrów, płytami balkonowymi, barierkami wolnostojącymi, treżażami, ogrodzeniami, podporami, otworami okiennymi oraz drzwiowymi sytuowanymi powyżej parteru budynku;
- 2) warunkiem oświetlenia lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałym natężeniu;
- 3) warunkiem sytuowania wolnostojących szyldów trwale związanych z gruntem jest zachowanie minimalnej odległości 7 m od budynków;
- 4) dopuszcza się sytuowanie szyldów wewnątrz witryn odsuniętych w głąb na odległość co najmniej 0,1 m od wewnętrznej powierzchni szklenia witryny o ile nie przesłaniają 25% szklenia tej witryny;
- 5) dopuszcza się lokalizowanie szyldów, które są odtworzeniem reklam sytuowanych przed rokiem 1989, w tym szczególnie neonów, w oryginalnych rozmiarach i lokalizacjach.

§ 13. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania, gabaryty i liczbę szyldów, z zastrzeżeniem § 11 i § 12:

- 1) dla szyldu równoległego w pasie reklamowym ustala się:
 - a) ograniczenie liczby szyldów:
 - do jednego w strefach A i B,
 - do dwóch w strefach C i D,
 - b) w obszarze A: maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 1 m² oraz maksymalne jego odsunięcie od lica ściany, licząc od jego zewnętrznej krawędzi do lica ściany, wynoszące 0,2 m,
 - c) w obszarze B: maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 2 m² oraz maksymalne jego odsunięcie od lica ściany, licząc od jego zewnętrznej krawędzi do lica ściany, wynoszące 0,2 m,
 - d) w obszarze C: maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 4 m²,
 - e) w obszarze C: dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 4 000 m² maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 18 m²,
 - f) w obszarze D: maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 6 m²,
 - g) w obszarze D dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2 000 m² maksymalny rozmiar szyldu równoległego wynoszący 18 m²,
 - h) na nieruchomościach indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków oraz na nieruchomościach o szczególnych walorach zabytkowych, sytuowanych w poniższych lokalizacjach dopuszcza się sytuowanie szyldów równoległych pod warunkiem zastosowania liter przestrzennych, montowanych bezpośrednio do elewacji budynku:
 - Rynek Główny,

- Plac św. Józefa,
- Aleja Wolności,
- Plac Jana Kilińskiego;

2) Dla szyldu sytuowanego w świetle witryny ustala się:

a) we wszystkich obszarach:

- dopuszczenie w postaci wyklejenia szyby witryny z ograniczeniem gabarytu maksymalnie do 25% powierzchni przeszklenia tej witryny,
- szyldy informujące o otwarciu lokalu i honorowanych kartach płatniczych aktualnej ofercie tymczasowej, dopuszcza się z ograniczeniem gabarytu łącznego do formatu A3, i wskazaniem sytuowania na przeszkleniu witryny lub drzwiach;

b) w obszarze A i B oraz na budynkach indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków, Gminnej Ewidencji Zabytków oraz Wojewódzkiej Ewidencji Zabytków w obszarze C i D: w przypadku, gdy nie jest możliwe sytuowanie szyldu na elewacji w pasie reklamowym ze względu na występujące w nim znaczące detale architektoniczne, dopuszcza się sytuowanie szyldu równoległego w postaci liter przestrzennych lub wyklejenia (z dopuszczeniem wycięcia liter i kształtów) na szybie witryny w rozmiarze nie większym niż 20% przeszklenia tej witryny;

c) w obszarze C i D, z zastrzeżeniem lit. b: dopuszcza się sytuowanie szyldu równoległego w świetle witryny w rozmiarze nie większym niż 20% przeszklenia tej witryny;

3) dla szyldu semaforowego ustala się:

a) w obszarach A i B: maksymalny rozmiar szyldu semaforowego wynoszący 0,5 m², maksymalna grubość 0,15 m i maksymalne jego odsunięcie od lica ściany, licząc od jego zewnętrznej krawędzi do lica ściany, wynoszące 0,7 m,

b) w obszarach C i D: maksymalny rozmiar szyldu semaforowego wynoszący 1 m², maksymalna grubość 0,2 m i maksymalne jego odsunięcie od lica ściany, licząc od jego zewnętrznej krawędzi do lica ściany, wynoszące 1,2 m,

c) we wszystkich obszarach:

- nakazuje się, aby dolna krawędź szyldu semaforowego była sytuowana powyżej 2,5 m względem nawierzchni pod nim,
- nakazuje się sytuowanie szyldu semaforowego w pasie reklamowym,
- dopuszcza się jeden szyld semaforowy dla jednego bankomatu;

4) dla szyldu równoległego do elewacji poniżej pasa reklamowego, poza witrynami, we wszystkich obszarach dopuszcza się:

a) jedną tablicę reklamową, zachowującą zasadę spójności szyldów,

b) maksymalnie dwie gabloty, umieszczone na elewacji w maksymalnej odległości od wejścia do lokalu, wynoszącej 2,0 m, o maksymalnych wymiarach wysokości 1,0 m, szerokości 0,5 m i grubości 0,2 m;

5) dopuszcza się umieszczanie szyldów na boniowaniu wyłącznie:

a) w formie liter przestrzennych o wymiarze maksymalnie formatu A3;

b) w formie tablic reklamowych o wymiarze maksymalnie formatu A3 – należy dopasować szyld do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld.

6) dla szyldu równoległego do elewacji, sytuowanego na elewacji niezależnie od pasa reklamowego, pod warunkiem zachowania zasady komponowania, wyłącznie w obszarach B, C i D:

a) dla tablic reklamowych lub liter przestrzennych:

- w obszarze B: w liczbie jednego, o powierzchni maksymalnej 9 m²,
- w obszarze C: w liczbie dwóch, o powierzchni maksymalnej 12 m²,
- w obszarze D: w liczbie dwóch, o powierzchni maksymalnej 18 m²,

- b) w obszarze B: dla budynków niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 10 000 m² dopuszcza się sytuowanie po jednym szyldzie w rozmiarze max. 18 m²,
 - c) w obszarze C: dla budynków niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 4 000 m² dopuszcza się sytuowanie po jednym szyldzie w rozmiarze max. 18 m²,
 - d) w obszarze D dla budynków niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 2 000 m² dopuszcza się sytuowanie po jednym szyldzie w rozmiarze max. 18 m²;
- 7) dla szyldów sytuowanych na dachach budynków we wszystkich obszarach przy łącznym spełnieniu warunków:
- a) zachowania formy liter przestrzennych,
 - b) dopuszcza się wyłącznie na dachach płaskich o spadku poniżej 10 stopni lub dachach dwuspadowych o spadku połaci dachowych od 25° do 45°,
 - c) dopuszcza się sytuowanie w płaszczyźnie elewacji ponad nią,
 - d) nakazuje się zachowanie zasady proporcji;
- 8) dla budynków oświaty, kultury i sportu dopuszcza się sytuowanie dodatkowo: dwóch tablic reklamowych o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,5 m, szerokości 1,3 m i grubości 0,2 m oraz dwóch urządzeń reklamowych w postaci masztu flagowego o maksymalnej wysokości 5,2 m sytuowanych na terenie nieruchomości;
- 9) dla szyldów wolnostojących w obszarze sezonowych ogródków gastronomicznych w postaci:
- a) maksymalnie 1 na każdym lambreklinie parasola, pod warunkiem, że parasol jest jasnego koloru,
 - b) maksymalnie 1 na jednym meblu (krzesła, stole, donicy) z umieszczonym szyldem w maksymalnym formacie A5;
- 10) dla szyldów sytuowanych na obiektach małej architektury ogranicza się gabaryt pojedynczego szyldu do formatu A4;
- 11) dla szyldów sytuowanych na urządzeniach automatycznych:
- a) ogranicza się gabaryt pojedynczego szyldu do formatu A3,
 - b) na bankomatach dopuszcza się maksymalnie jeden szyld semaforowy, zgodny z pkt 3) niniejszego paragrafu;
- 12) dla szyldów wolnostojących w formie nietrwale związanej z gruntem – jeden szyld z wymienionych poniżej:
- a) potykacz o maksymalnych wymiarach: wysokości 1,2 m, szerokości 1,0 m i grubości 0,7 m,
 - b) sztaluga o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,1 m, szerokości 0,7 m i grubości 0,7 m;
- 13) dla szyldów wolnostojących w formie trwale związanej z gruntem dopuszcza się, wyłącznie w obszarach B, C i D:
- a) tablice reklamowe wolnostojące:
 - w obszarze B: w liczbie jednej, o powierzchni maksymalnej 1 m² i wysokości 2 m,
 - w obszarze C: w liczbie dwóch, o powierzchni maksymalnej 12 m² (5,0 m x 2,4 m) i wysokości 6 m,
 - w obszarze D: w liczbie dwóch, o powierzchni maksymalnej 18 m² (6,0 m x 3,0 m) i wysokości 8 m,
 - b) billboardy:
 - w obszarze B: w liczbie jednego, o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 9 m² i wysokości 6 m,
 - w obszarze C: w liczbie jednego, o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 12 m² (5,0 m x 2,4 m) i wysokości 6 m,
 - w obszarze D: w liczbie dwóch, o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 18 m² (6,0 m x 3,0 m) i wysokości 8 m,
 - c) pylony:

- w obszarze B: w liczbie jednego, o maksymalnych wymiarach: wysokości 4 m, szerokości 1,5 m i grubości 0,4 m,
- w obszarze C: w liczbie jednego, o maksymalnych wymiarach: wysokości 6 m, szerokości 2 m i grubości 0,5 m,
- w obszarze D: w liczbie dwóch, o maksymalnych wymiarach: wysokości 12 m, szerokości 3 m i grubości 0,7 m,

d) citylight:

- w obszarze B: w liczbie jednego, o maksymalnych wymiarach: wysokości 2 m, szerokości 1,0 m i grubości 0,2 m,
- w obszarach C i D: w liczbie dwóch, o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,5 m, szerokości 1,3 m i grubości 0,2 m,

e) totemy:

- w obszarze D: w liczbie jednego, o maksymalnej wysokości 25 m.

Rozdział 2.

Zasady i warunki dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych

§ 14. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami:

1) zakazuje się sytuowania:

- a) na budynkach w obszarze A,
- b) na ścianach posiadających okna, należących do budynków sytuowanych w obszarach B, C i D,
- c) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej w odległości mniejszej niż 30 m od skrzyżowania, z wyjątkiem urządzeń reklamowych wymienionych w pkt 2) lit. a), pkt 3) lit. a) oraz w pkt 6) lit. a) niniejszego paragrafu,
- d) w parkach miejskich w obszarach B, C i D,
- e) na drzewach, w szpalerach drzew i na pomnikach przyrody,
- f) na obszarze Natura 2000,
- g) na wodach stojących i płynących,
- h) na znaczących detalach architektonicznych,
- i) w przestrzeni otworów okiennych oraz drzwiowych,
- j) na balustradach balkonów, schodów i portfenetrów, barierkach wolnostojących i trejażach,
- k) na płytach balkonowych,
- l) na ogrodzeniach,
- m) w sposób licujący z ogrodzeniem lub na konstrukcjach przymocowanych do ogrodzenia prostopadle lub równolegle oraz jako wydzielenie obszarów lub wyznaczenie ich granic,
- n) w odległości mniejszej niż 3 m od elementów Systemu Informacji Miejskiej (SIM),
- o) na elementach Systemu Informacji Miejskiej (SIM),
- p) na słupach oświetleniowych i elementach infrastruktury technicznej,
- q) na budowlach;

2) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących w obszarze A:

- a) słupy reklamowe w formie walca o maksymalnych wymiarach:
 - wysokości 3,4 m,
 - średnicy 1,24 m,

- maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej wynoszącej 9,8 m²,
 - b) citylighty o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,0 m, szerokości 1,0 m i grubości 0,2 m;
- 3) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1), wolnostojących w obszarze B:
- a) słupy reklamowe w formie walca o maksymalnych wymiarach:
 - wysokości 3,4 m,
 - średnicy 1,24 m,
 - maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej wynoszącej 9,8 m²,
 - b) citylightów o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,0 m, szerokości 1,0 m i grubości 0,2 m,
 - c) citylightów o maksymalnym rozmiarze pojedynczej ekspozycji 2,2 m² usytuowanych jako część konstrukcji przystanków komunikacji zbiorowej;
- 4) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1), na ścianach szczytowych budynków w obszarze B, pod warunkiem ograniczenia gabarytu do 9 m² i zachowania zasady wkomponowania;
- 5) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1), na ścianach szczytowych budynków w obszarach C i D, pod warunkami:
- a) zachowania zasady wkomponowania,
 - b) ograniczenia gabarytu w obszarze C do 12 m² (5,0 m x 2,4 m),
 - c) ograniczenia gabarytu w obszarze D do 18 m² (6,0 m x 3,0 m),
 - d) sytuowania reklamy kierunkowej o maksymalnym formacie A3;
- 6) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1), wolnostojących w obszarach C i D, zachowujących minimalną odległość 40 m między tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi sytuowanymi na jednej nieruchomości oraz zachowujących minimalną odległość 7 m od budynków:
- a) słupy reklamowe w formie walca o maksymalnych wymiarach:
 - wysokości 3,4 m,
 - średnicy 1,24 m,
 - maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej wynoszącej 9,8 m²,
 - b) citylightów o maksymalnych wymiarach: wysokości 2,5 m, szerokości 1,3 m i grubości 0,2 m,
 - c) billboardów w obszarze C o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 12 m² (5,0 m x 2,4 m) i wysokości 6 m,
 - d) billboardów w obszarze D o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 18 m² (6,0 m x 3,0 m) i wysokości 8 m,
 - e) tablice kierunkowej o wysokości maksymalnie 1,5 m i powierzchni pojedynczej ekspozycji maksymalnie formatu A3, z dopuszczeniem maksymalnie dwóch powierzchni służących ekspozycji reklamy;
- 7) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które są odtworzeniem reklam sytuowanych przed rokiem 1989 w oryginalnych gabarytach i lokalizacjach;
- 8) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych na rusztowaniu umieszczonym w związku z prowadzonymi robotami budowlanymi polegającymi na remoncie elewacji budynku, na okres prowadzenia tych robót budowlanych, nie dłuższy niż 12 miesięcy, przy czym tablicę reklamową można umieścić ponownie nie wcześniej niż po upływie 60 miesięcy od ostatniego zakońzonego okresu;
- 9) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych na obiektach małej architektury o maksymalnym gabarycie formatu A4.

§ 15. Ustala się następujące standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zakazuje się sytuowania we wszystkich obszarach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w złym stanie technicznym, uszkodzonych, niekompletnych, zniekształconych, nieczytelnych, niesfunkcjonujących w prawidłowy sposób oraz nieodpowiednio zakonserwowanych (bez zachowania powszechnie przyjętych zasad i rozwiązań);
- 2) zakazuje się sytuowania w obszarach A i B tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, emitujących zmienne światło, pulsujących lub migających;
- 3) we wszystkich obszarach: dla elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy zastosować barwę czarną lub antracytową RAL7016.

§ 16. Ustala się następujące materiały budowlane, z których mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, nie będące szyldami takie jak:

- 1) metal,
- 2) kamień naturalny,
- 3) tworzywo sztuczne,
- 4) beton,
- 5) szkło lub jego imitacje,
- 6) płyty kompozytowe,
- 7) farba,
- 8) drewno,
- 9) papier dla powierzchni ekspozycyjnych.

§ 17. Dopuszcza się sytuowanie reklamy okolicznościowej z pominięciem pozostałych postanowień rozdziału 2, wprowadzając odrębny gabaryt, liczbę oraz zasady i warunki sytuowania:

- 1) w formie wolnostojącej w liczbie maksymalnie 7 sztuk:
 - a) nietrwale związanej z gruntem,
 - b) przy ograniczeniu gabarytów do maksymalnie 4,0 m wysokości, szerokości i grubości,
 - c) w odległości minimum 30 m od skrzyżowania;
- 2) na budynkach w liczbie maksymalnie 3 sztuk:
 - a) z zakazem przesłaniania otworów okiennych,
 - b) z zakazem przesłaniania znaczących detali architektonicznych,
 - c) przy ograniczeniu gabarytów do maksymalnie 12 m² (5,0 m x 2,4 m).

DZIAŁ III.

PRZEPISY DOTYCZĄCE OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY I OGRODZEŃ

Rozdział 1.

Zasady i warunki dla obiektów małej architektury

§ 18. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania, standardy jakościowe i materiały budowlane z jakich mogą być wykonane obiekty małej architektury:

- 1) we wszystkich obszarach nakazuje się zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania i nieograniczonego przemieszczania się osób z niepełnosprawnością, poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) w obszarze A:
 - a) ustala się maksymalną wysokość obiektów małej architektury, z wyjątkiem elementów oświetlenia, wynoszącą 6 m,
 - b) nakazuje się stosowanie wyłącznie materiałów odpornych na uszkodzenia mechaniczne i warunki atmosferyczne takich jak: metal, szkło, stal nierdzewna, cegła, drewno, kamień naturalny, aluminiowe płyty kompozytowe, beton architektoniczny, żeliwo,

- c) zakazuje się stosowania drewnianych wsporników do drzew,
 - d) ustala się stosowanie barw naturalnych materiałów budowlanych lub barwy antracytowej RAL7016 za wyjątkiem obiektów będących elementami wyposażenia placów zabaw;
- 3) w obszarze B:
- a) ustala się maksymalną wysokość obiektów małej architektury, z wyjątkiem elementów oświetlenia, wynoszącą 6 m,
 - b) nakazuje się stosowanie wyłącznie materiałów najwyższej jakości, odpornych na uszkodzenia mechaniczne i warunki atmosferyczne, takich jak: metal, szkło, stal nierdzewna, cegła, drewno, kamień naturalny, aluminiowe płyty kompozytowe, beton architektoniczny, żeliwo;
- 4) w obszarze C i D:
- a) ustala się maksymalną wysokość obiektów małej architektury, z wyjątkiem elementów oświetlenia, wynoszącą 8 m,
 - b) nakazuje się stosowanie wyłącznie materiałów najwyższej jakości, odpornych na uszkodzenia mechaniczne i warunki atmosferyczne, takich jak: metal, szkło, stal nierdzewna, cegła, drewno, kamień naturalny, aluminiowe płyty kompozytowe, beton architektoniczny, żeliwo, tworzywo sztuczne dla drogowych słupków elastycznych.

Rozdział 2. Ogrodzenia

§ 19. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania, standardy jakościowe i materiały budowlane z jakich mogą być wykonane ogrodzenia:

- 1) we wszystkich obszarach:
- a) zakazuje się sytuowania ogrodzeń w sposób przecinający utwardzone przejścia lub przejazdu rowerowe, łączące tereny publiczne, jeśli istniały one przed wejściem w życie uchwały,
 - b) ustala się maksymalną wysokość ogrodzeń wynoszącą 2,5 m,
- 2) w obszarze A i B:
- a) dopuszcza się stosowanie materiałów takich jak: cegła, metal, szkło, stal nierdzewna, drewno, kamień naturalny,
 - b) zakazuje się sytuowania ogrodzeń prefabrykowanych betonowych, z blachy falistej i trapezowej, z tworzyw sztucznych,
 - c) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń jako wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych tylko i wyłącznie sytuowanych w pasie drogowym, w celu zachowania bezpieczeństwa uczestników ruchu pieszego i kołowego, pod warunkiem wkomponowania w co najmniej co drugie przęsło ogrodzenia donic z roślinnością (z zakazem stosowania roślinności sztucznej);

DZIAŁ IV. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

§ 20. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Kalisza.

§ 21. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Wielkopolskiego.

Opis granic stref

Ustala się różne regulacje dla różnych obszarów Miasta wraz z jednoznacznym określeniem granic tych obszarów:

- 1) Strefa A – Miasto lokacyjne, strefa o przeważających cechach zabytkowych wraz z założeniem urbanistycznym Alei Wolności wpisanym do rejestru zabytków (Nr rej. 431/A) i Parkiem Miejskim wpisanym do rejestru zabytków (Nr rej. 34/A). Strefę wyznaczają następujące granice:

Północna granica pasa drogowego ulicy Babina od północnej granicy działki nr 49 (obręb ewidencyjny 025) w kierunku północno-wschodnim do punktu styku z zachodnią granicą działki nr 61 (obręb ewidencyjny 016). W kierunku północnym część zachodniej, północna i część wschodniej granicy działki nr 61 (obręb ewidencyjny 016) do styku z północną granicą pasa drogowego ulicy Niecałej. W kierunku wschodnim część północnej i wschodnia granica działki nr 17/23 (obręb ewidencyjny 026B). Wschodnia i część południowej granicy działki nr 2 (obręb ewidencyjny 034). Południowo-wschodnia granica działki nr 7 (obręb ewidencyjny 034). Wschodnia granica działki nr 8 (obręb ewidencyjny 034). Wschodnia granica działki nr 21/1 (obręb ewidencyjny 034). Wschodnia i południowa granica działki nr 22/2 (obręb ewidencyjny 034). Południowa granica działki nr 23 (obręb ewidencyjny 034). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 20 (obręb ewidencyjny 034). W kierunku północnym część zachodniej granicy działki nr 20 (obręb ewidencyjny 034) do styku z wschodnią granicą działki nr 19 (obręb ewidencyjny 045). W kierunku zachodnim północna granica pasa drogowego ulicy Kazimierza Pułaskiego do styku z wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Bankowej. W kierunku północnym wschodnia granica pasa drogowego ulicy Bankowej do południowej granicy działki nr 95/1 (obręb ewidencyjny 035). Południowa i część zachodniej granicy działki nr 95/1 (obręb ewidencyjny 035). W kierunku zachodnim północna granica działki nr 75/7 (obręb ewidencyjny 035). Na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki nr 75/7 (obręb ewidencyjny 035) przez działkę nr 85/3 (obręb ewidencyjny 036) do północnej granicy działki nr 16 (obręb ewidencyjny 036). Północna granica działki nr 16 (obręb ewidencyjny 036) do styku z południową granicą działki nr 8 (obręb ewidencyjny 036). Część południowej granicy działki nr 8 (obręb ewidencyjny 036) do przecięcia z przedłużeniem linii wyznaczonej przez północną granicę pasa drogowego ulicy Babina [przez działki: nr 8 (obręb ewidencyjny 036) i nr 49 (obręb ewidencyjny 025)];

- 2) Strefa B – strefa terenów o przeważających cechach zabytkowych wraz ze strefą ochrony konserwatorskiej oraz obszarem rewitalizacji (wyznaczonym uchwałą Rady Miasta Kalisza Nr XXV/313/2013 z dnia 21 czerwca 2016 r.). Strefę wyznaczają następujące granice:

Południowa, zachodnia i część północnej granicy działki nr 132/2 (obręb ewidencyjny 043) do styku z zachodnią granicą pasa drogowego Alei Wojska Polskiego. W kierunku północnym zachodnia granica pasa drogowego Alei Wojska Polskiego do styku z zachodnią granicą działki nr 46 (obręb ewidencyjny 015). Część zachodniej, północna i część wschodniej granicy działki nr 46 (obręb ewidencyjny 015) do styku z północną granicą pasa drogowego Alei Generała Władysława Sikorskiego. W kierunku wschodnim północna granica pasa drogowego Alei Generała Władysława Sikorskiego do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Warszawskiej [przez działkę nr 46 (obręb ewidencyjny 028)]. W kierunku południowo-zachodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Warszawskiej do styku z wschodnią granicą pasa drogowego ulicy Winiarskiej. W kierunku południowym wschodnia granica pasa drogowego ulicy Winiarskiej do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Ciepłej. W kierunku zachodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Ciepłej. Na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą pasa drogowego ulicy Ciepłej przez działkę nr 97 (obręb ewidencyjny 032) do wschodniej granicy działki nr 2/2 (obręb ewidencyjny 033). W kierunku północnym część wschodniej granicy działki nr 2/2 (obręb ewidencyjny 033). Wschodnia granica działki nr 2/20 (obręb ewidencyjny 033). W kierunku zachodnim północna granica działki 2/20 (obręb ewidencyjny 033). W kierunku południowym zachodnia granica działki 2/20 (obręb ewidencyjny 033). Zachodnia granica działki nr 2/2 (obręb ewidencyjny 033). Wschodnia i południowa granica działki nr 24 (obręb ewidencyjny 034). W kierunku południowym część

wschodniej granicy działki nr 1 (obręb ewidencyjny 034). W kierunku wschodnim północna granica działki nr 42 (obręb ewidencyjny 048) do styku z przedłużeniem linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 22 (obręb ewidencyjny 048) przez działki nr 43 (obręb ewidencyjny 048) i 127 (obręb ewidencyjny 047) do styku z południową granicą działki nr 4/5 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 4/5 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 5/5 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 6/16 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 7/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 8/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 9/8 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 12/8 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 12/10 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 14/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 16/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 17/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 18/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 20/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 21/18 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 22/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 23/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 24/7 (obręb ewidencyjny 047). Południowa i część zachodniej granicy działki nr 25/3 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 26/1 (obręb ewidencyjny 047). Południowa i zachodnia granica działki nr 112 (obręb ewidencyjny 047). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez północną granicę działki nr 112 (obręb ewidencyjny 047) przez działkę nr 32/1 (obręb ewidencyjny 046) do południowej granicy działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 046). Południowa granica działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 046). Południowa granica działki nr 69/2 (obręb ewidencyjny 046). W kierunku wschodnim północna granica działki nr 79/2 (obręb ewidencyjny 046), wschodnia i w kierunku zachodnim, południowa granica działki nr 79/2 (obręb ewidencyjny 046). Część wschodniej granicy działki nr 110 (obręb ewidencyjny 046) do styku na przedłużeniu linii wyznaczonej przez północną granicę działki nr 21/2 (obręb ewidencyjny 067). Północna granica działki nr 21/2 (obręb ewidencyjny 067). Wschodnia granica działki nr 15/3 (obręb ewidencyjny 067). Południowa granica działki nr 52 (obręb ewidencyjny 067). Część południowej granicy działki nr 76 (obręb ewidencyjny 045) do styku z południową granicą działki nr 216 (obręb ewidencyjny 068). Południowa granica działki nr 216 (obręb ewidencyjny 068). Południowo-zachodnia granica działki nr 29/33 (obręb ewidencyjny 068). Południowo-zachodnia granica działki nr 29/31 (obręb ewidencyjny 068). Południowo-zachodnia granica działki nr 29/28 (obręb ewidencyjny 068). Południowo-zachodnia granica działki nr 29/35 (obręb ewidencyjny 068). Południowa granica działki nr 28/2 (obręb ewidencyjny 068). Południowa i zachodnia granica działki nr 26/6 (obręb ewidencyjny 068). Zachodnia i część północnej granicy działki nr 113/7 (obręb ewidencyjny 044) do styku z zachodnią granicą działki nr 82/4 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku północno-zachodnim, zachodnia granica działki nr 82/4 (obręb ewidencyjny 044). Zachodnia granica działki nr 42/1 (obręb ewidencyjny 044). Część zachodniej granicy działki nr 1/3 (obręb ewidencyjny 035) do styku z południową granicą działki nr 37/5 (obręb ewidencyjny 044). Południowa granica działki nr 37/5 (obręb ewidencyjny 044). Południowa i zachodnia granica działki nr 37/10 (obręb ewidencyjny 044) do południowej granicy działki nr 37/2 (obręb ewidencyjny 044). Południowa granica działki nr 37/2 (obręb ewidencyjny 044). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 37/2 (obręb ewidencyjny 044) przez działkę nr 34 (obręb ewidencyjny 044) do wschodniej granicy działki nr 28/2 (obręb ewidencyjny 044). Część wschodniej, południowa i część zachodniej granicy działki nr 28/2 (obręb ewidencyjny 044). Południowo-wschodnia i południowo-zachodnia granica działki nr 29/2 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku południowym część południowo-wschodniej granicy działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 043) do styku z południowo-zachodnią granicą działki nr 27/6 (obręb ewidencyjny 044). Na linii wyznaczonej przez południowo-zachodnią granicę działki nr 27/6 (obręb ewidencyjny 044) przez działkę nr 69/1 (obręb ewidencyjny 043) do południowej granicy działki nr 79/1 (obręb ewidencyjny 043). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 79/1 (obręb ewidencyjny 043). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 79/1 (obręb ewidencyjny 043) przez działkę nr 78/1 (obręb ewidencyjny 043) do wschodniej granicy działki nr 77 (obręb ewidencyjny 043). Część wschodniej i południowa granica działki nr 77 (obręb ewidencyjny 043). Na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki nr 77 (obręb ewidencyjny 043) do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Cmentarnej. W kierunku północnym część zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Cmentarnej do styku z północną granicą pasa drogowego ulicy Widok. W kierunku północno-wschodnim część północnej granicy pasa drogowego ulicy Widok do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Harcerskiej. W kierunku zachodnim część południowej granicy pasa drogowego ulicy Harcerskiej do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Poznańskiej. Część południowej granicy pasa drogowego ulicy Poznańskiej do styku z zachodnią granicą działki nr 132/2 (obręb ewidencyjny 043);

3) Strefa C /C1, C2, C3/ – strefa zurbanizowana o cechach historyczno – współczesnych wraz z założeniem urbanistycznym miasta Kalisza częściowo wpisanym do rejestru zabytków (Nr rej. 33/A) zmienionego decyzją Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 29 listopada 2013 r. Do strefy zalicza się obszar rezerwatu archeologicznego grodziska na Zawodziu, wpisany do rejestru zabytków (Nr rej. 701/A) wraz ze strefą jego aktywnej otuliny, strefa ochrony krajobrazowej, strefa ochrony ekspozycji oraz obszar zdegradowany (wyznaczony uchwałą Rady Miasta Kalisza Nr XXV/313/2013 z dnia 21 czerwca 2016 r.). Strefa C składa się z trzech części: C1, C2 i C3. Wyznaczają je następujące granice:

C1 - Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Podmiejskiej na odcinku od południowo-wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Górnośląskiej do północnej granicy pasa drogowego Alei Wojska Polskiego. Północna granica pasa drogowego Alei Wojska Polskiego do styku z zachodnią granicą działki nr 23/34 (obręb ewidencyjny 070). W kierunku północnym, zachodnia granica działki nr 23/34 (obręb ewidencyjny 070). Zachodnia granica działki nr 23/13 (obręb ewidencyjny 070). Zachodnia granica działki nr 23/12 (obręb ewidencyjny 070). Zachodnia i część południowej granicy działki nr 23/8 (obręb ewidencyjny 070). Zachodnia granica działki nr 23/7 (obręb ewidencyjny 070). W kierunku zachodnim część południowej granicy działki nr 31/1 (obręb ewidencyjny 071) do styku z linią wyznaczoną przez zachodnią granicę działki nr 150/11 (obręb ewidencyjny 071). W kierunku północnym zachodnia i północna granica działki nr 150/11 (obręb ewidencyjny 071) do styku z północną granicą działki nr 19/2 (obręb ewidencyjny 071). Północna granica działki nr 19/2 (obręb ewidencyjny 071). Zachodnia granica działki nr 5 (obręb ewidencyjny 071) do styku z północną granicą pasa drogowego ulicy Granicznej. W kierunku wschodnim część północnej granicy pasa drogowego ulicy Granicznej do styku z zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Adama Mickiewicza. W kierunku północnym część zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Adama Mickiewicza do południowej granicy pasa drogowego ulicy Dobrzeckiej. W kierunku zachodnim część południowej granicy pasa drogowego ulicy Dobrzeckiej do styku z zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Biskupickiej. W kierunku północnym część zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Biskupickiej do styku z południową granicą działki nr 191/1 (obręb ewidencyjny 160). W kierunku zachodnim, południowa granica i w kierunku północnym część zachodniej granicy działki nr 191/1 (obręb ewidencyjny 160) do styku z zachodnią granicą działki nr 191/2 (obręb ewidencyjny 160). Zachodnia granica działki nr 191/2 (obręb ewidencyjny 160). W kierunku północnym część zachodniej granicy działki nr 188 (obręb ewidencyjny 160). Zachodnia i północna granica działki nr 130/2 (obręb ewidencyjny 160). Północna granica działki nr 188 (obręb ewidencyjny 160). Zachodnia granica działki nr 24/1 (obręb ewidencyjny 153). W kierunku wschodnim północna granica pasa drogowego ulicy Korczak do styku z zachodnią granicą działki nr 32/7 (obręb ewidencyjny 040). W kierunku północnym zachodnia granica działki nr 32/7 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 32/8 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 32/9 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 32/12 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 32/2 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 31/1 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 30/4 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 30/3 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 30/1 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 29/5 (obręb ewidencyjny 040). Zachodnia granica działki nr 28 (obręb ewidencyjny 040) do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Poznańskiej. W kierunku zachodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Poznańskiej do styku z zachodnią granicą działki nr 36 (obręb ewidencyjny 153). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez zachodnią granicę działki nr 36 (obręb ewidencyjny 153) przez działkę nr 9 (obręb ewidencyjny 126) do południowej granicy działki nr 1/2 (obręb ewidencyjny 126). W kierunku wschodnim część południowej i w kierunku północnym wschodnia granica działki nr 1/2 (obręb ewidencyjny 126). Wschodnia granica działki nr 1/7 (obręb ewidencyjny 126). Wschodnia granica działki nr 11 (obręb ewidencyjny 126). Część północnej i wschodnia granica działki nr 1 (obręb ewidencyjny 129). Wschodnia granica działki nr 2 (obręb ewidencyjny 129). Część północnej granicy działki nr 12 (obręb ewidencyjny 133) do styku z zachodnią granicą działki nr 6 (obręb ewidencyjny 133). Zachodnia granica działki nr 6 (obręb ewidencyjny 133). Część zachodniej granicy działki nr 14 (obręb ewidencyjny 133). Zachodnia i w kierunku wschodnim północna granica działki nr 13 (obręb ewidencyjny 133). Północna granica działki nr 4 (obręb ewidencyjny 132). W kierunku północnym zachodnia granica działki nr 14 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 8 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 7/1 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 6/7 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 6/4 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 5/7 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 5/8 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 2 (obręb ewidencyjny 136). Zachodnia granica działki nr 3 (obręb ewidencyjny 136) do styku z północną granicą pasa drogowego ulicy Generała Ryszarda Kuklińskiego. W kierunku wschodnim północna granica pasa drogowego ulicy Generała Ryszarda Kuklińskiego do wschodniej granicy pasa drogowego ulicy

Stanisława Wyspiańskiego. W kierunku południowym wschodnia granica pasa drogowego ulicy Stanisława Wyspiańskiego do styku z linią wyznaczoną na przedłużeniu południowej granicy działki nr 7/71 (obręb ewidencyjny 134) przez działkę nr 7/14 (obręb ewidencyjny 134). W kierunku wschodnim południowa granica działki nr 7/71 (obręb ewidencyjny 134) do styku z zachodnią granicą działki nr 1/3 (obręb ewidencyjny 009). W kierunku północnym część zachodniej granicy działki nr 1/3 (obręb ewidencyjny 009). Zachodnia granica działki nr 1/7 (obręb ewidencyjny 009). Zachodnia granica działki nr 7/21 (obręb ewidencyjny 134). Południowo-zachodnia, północno-zachodnia i wschodnia granica działki nr 13/21 (obręb ewidencyjny 134). W kierunku południowo – wschodnim północna granica pasa drogowego ulicy Juliana Tuwima. Północna granica pasa drogowego ulicy Żołnierskiej. W kierunku północnym zachodnia granica pasa drogowego ulicy Stawiszyńskiej do styku z południową granicą działki nr 275 (obręb ewidencyjny 001). W kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 275 (obręb ewidencyjny 001) do zachodniej granicy działki nr 99/2 (obręb ewidencyjny 008). zachodnia granica działki nr 99/2 (obręb ewidencyjny 008). W kierunku wschodnim południowa granica działki nr 110/5 (obręb ewidencyjny 008). Południowo-wschodnia granica działki nr 107 (obręb ewidencyjny 008) do styku z południową granicą działki nr 51/24 (obręb ewidencyjny 008). Południowa i wschodnia granica działki nr 51/24 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 51/3 (obręb ewidencyjny 008). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 51/3 (obręb ewidencyjny 008) do północnej granicy działki nr 15 (obręb ewidencyjny 002). W kierunku wschodnim północna granica działki nr 15 (obręb ewidencyjny 002). Północna i wschodnia granica działki nr 32/1 (obręb ewidencyjny 003). W kierunku południowym wschodnia granica działki nr 52/17 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 52/11 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 56/3 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 72/3 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 74/2 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 73/3 (obręb ewidencyjny 008). Wschodnia granica działki nr 4/11 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 4/30 (obręb ewidencyjny 011). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 4/30 (obręb ewidencyjny 011) przez działki nr 4/5 (obręb ewidencyjny 011) i nr 4/6 (obręb ewidencyjny 011) do wschodniej granicy działki nr 4/23 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 4/23 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 4/26 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 5/3 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 15/3 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 24/16 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 24/19 (obręb ewidencyjny 011). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 24/19 (obręb ewidencyjny 011) przez działkę nr 24/18 (obręb ewidencyjny 011) do północnej granicy działki nr 27/1 (obręb ewidencyjny 011). Część północnej i wschodnia granica działki nr 27/1 (obręb ewidencyjny 011). Wschodnia granica działki nr 28/1 (obręb ewidencyjny 011) do północnej granicy pasa drogowego Alei Generała Władysława Sikorskiego. W kierunku zachodnim północna granica pasa drogowego Alei Generała Władysława Sikorskiego do północnej granicy pasa drogowego Alei Wojska Polskiego. Północna granica pasa drogowego Alei Wojska Polskiego do południowej granicy pasa drogowego ulicy Poznańskiej. W kierunku wschodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Poznańskiej do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Widok. Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Widok do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Cegielnianej. Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Cegielnianej do północnej granicy pasa drogowego ulicy Jarosława Dąbrowskiego. W kierunku wschodnim południowa i część wschodniej granicy działki nr 77 (obręb ewidencyjny 043). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 79/1 (obręb ewidencyjny 043) przez działkę nr 78/1 (obręb ewidencyjny 043) wzdłuż południowej granicy działki nr 79/1 (obręb ewidencyjny 043) do północnej granicy pasa drogowego ulicy Górnośląskiej. Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południowo-wschodnią granicę działki nr 27/6 (obręb ewidencyjny 044) przez działkę nr 69/1 (obręb ewidencyjny 043). W kierunku północnym część wschodniej granicy działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 043) do styku z południowo-zachodnią granicą działki nr 29/2 (obręb ewidencyjny 044). Południowo-zachodnia i południowo-wschodnia granica działki nr 29/2 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku południowym zachodnia, południowa i część wschodniej granicy działki nr 28/2 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki nr 38/1 (obręb ewidencyjny 044) przez działkę nr 34 (obręb ewidencyjny 044) do północnej granicy działki nr 38/2 (obręb ewidencyjny 044). Północna i wschodnia granica działki nr 38/2 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku południowym zachodnia i południowa granica działki nr 37/10 (obręb ewidencyjny 044). W kierunku wschodnim południowa granica działki nr 37/5 (obręb ewidencyjny 044). Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Nowy Świat do zachodniej granicy działki nr 110 (obręb ewidencyjny 046). Część zachodniej granicy działki nr 110 (obręb ewidencyjny 046) do północnej granicy działki nr 21/1 (obręb ewidencyjny 067). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez północną granicę działki nr 21/1 (obręb

ewidencyjny 067) przez działkę nr 110 (obręb ewidencyjny 046) do zachodniej granicy działki nr 100 (obręb ewidencyjny 046). W kierunku północnym część zachodniej i północno-zachodniej granicy działki nr 100 (obręb ewidencyjny 046). W kierunku wschodnim południowa, wschodnia i część północnej granicy działki nr 79/2 (obręb ewidencyjny 046). Południowo-wschodnia granica działki nr 69/2 (obręb ewidencyjny 046). Południowa granica działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 046). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 69/1 (obręb ewidencyjny 046) przez działkę nr 32/1 (obręb ewidencyjny 046) do południowo-zachodniej granicy działki nr 112 (obręb ewidencyjny 047). Południowo-wschodnia granica działki nr 112 (obręb ewidencyjny 047). W kierunku wschodnim południowa granica działki nr 26/1 (obręb ewidencyjny 047). Część zachodniej i południowa granica działki nr 25/3 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 24/7 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 23/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 22/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 21/18 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 20/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 18/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 17/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 16/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 14/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 12/10 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 12/8 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 9/8 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 8/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 7/4 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 6/16 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 5/5 (obręb ewidencyjny 047). Południowa granica działki nr 4/5 (obręb ewidencyjny 047). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 22 (obręb ewidencyjny 048) przez działki nr 127 (obręb ewidencyjny 047), nr 43 (obręb ewidencyjny 048), nr 42 (obręb ewidencyjny 048) do wschodniej granicy działki nr 41 (obręb ewidencyjny 048). W kierunku północnym wschodnia granica działki nr 41 (obręb ewidencyjny 048). Wschodnia granica działki nr 1 (obręb ewidencyjny 034) do południowej granicy działki nr 24 (obręb ewidencyjny 034). Południowa i wschodnia granica działki nr 24 (obręb ewidencyjny 034). Część wschodniej granicy działki nr 16 (obręb ewidencyjny 026A) do styku z południową granicą działki nr 2/17 (obręb ewidencyjny 033). W kierunku wschodnim południowa granica działki nr 2/17 (obręb ewidencyjny 033). Południowa granica działki nr 2/21 (obręb ewidencyjny 033). Część zachodniej granicy działki nr 97 (obręb ewidencyjny 032) do przedłużenia linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 72 (obręb ewidencyjny 032). Południowa granica działki nr 72 (obręb ewidencyjny 032). Południowa granica pasa drogowego ulicy Ciepłej do wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Winiarskiej. W kierunku północnym wschodnia granica pasa drogowego ulicy Winiarskiej do południowej granicy pasa drogowego ulicy Warszawskiej. W kierunku wschodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Warszawskiej do wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Braci Niemojowskich do styku z południowo-wschodnią granicą działki nr 197/11 (obręb ewidencyjny 051). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południowo-wschodnią granicę działki nr 197/11 (obręb ewidencyjny 051) przez działkę nr 27 (obręb ewidencyjny 051) do południowo-wschodniej granicy działki nr 22 (obręb ewidencyjny 050). W kierunku południowym, południowo-wschodnia granica działki nr 22 (obręb ewidencyjny 050) do północnej granicy pasa drogowego ulicy Łódzkiej. Północna granica pasa drogowego ulicy Łódzkiej do styku z północno-zachodnią granicą działki nr 20 (obręb ewidencyjny 056). Północno-zachodnia, północno-wschodnia i część południowo-wschodniej granicy działki nr 20 (obręb ewidencyjny 056) do północnej granicy działki nr 1/2 (obręb ewidencyjny 057). Północna i wschodnia granica działki nr 1/2 (obręb ewidencyjny 057). W kierunku wschodnim część północnej i część wschodniej granicy działki nr 50 (obręb ewidencyjny 058) do styku z północną granicą działki nr 41 (obręb ewidencyjny 058). Północna i wschodnia granica działki nr 41 (obręb ewidencyjny 058) do styku z wschodnią granicą działki nr 84/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia i południowa granica działki nr 84/1 (obręb ewidencyjny 152). Południowa granica działki nr 85/1 (obręb ewidencyjny 152). Południowa granica działki nr 86/1 (obręb ewidencyjny 152). W kierunku południowym wschodnia granica działki nr 87/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 88/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 89/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 90/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 91/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 92/1 (obręb ewidencyjny 152). Wschodnia granica działki nr 93/1 (obręb ewidencyjny 152). W kierunku zachodnim wschodnia, południowa i zachodnia granica działki nr 94/1 (obręb ewidencyjny 152). Część południowej granicy działki nr 93/1 (obręb ewidencyjny 152) do styku z południową granicą działki nr 41 (obręb ewidencyjny 058). Część południowej i zachodniej granicy działki nr 41 (obręb ewidencyjny 058) do styku z południową granicą działki nr 59 (obręb ewidencyjny 159). W kierunku północnym część południowej granicy działki nr 59 (obręb ewidencyjny 159) do styku z południowo-wschodnią granicą działki nr 7 (obręb ewidencyjny 061). Południowo-wschodnia granica działki nr 3/10 (obręb ewidencyjny

061). Wschodnia granica działki nr 3/9 (obręb ewidencyjny 061). Wschodnia granica działki nr 3/6 (obręb ewidencyjny 061). Wschodnia granica działki nr 3/23 (obręb ewidencyjny 061). Wschodnia granica działki nr 3/22 (obręb ewidencyjny 061). Wschodnia i południowa granica działki nr 3/21 (obręb ewidencyjny 061). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 3/20 (obręb ewidencyjny 061). Południowa granica działki nr 3/18 (obręb ewidencyjny 061). Południowa granica działki nr 3/12 (obręb ewidencyjny 061). Południowa granica działki nr 13 (obręb ewidencyjny 062). Część północnej granicy działki nr 47 (obręb ewidencyjny 062) do styku z linią na przedłużeniu wschodniej granicy działki nr 31 (obręb ewidencyjny 063). W kierunku południowym, wschodnia granica działki nr 31 (obręb ewidencyjny 063). Południowa granica działki nr 1 (obręb ewidencyjny 150). Wschodnia granica działki nr 31 (obręb ewidencyjny 063). Wschodnia granica działki nr 85/2 (obręb ewidencyjny 150). Wschodnia granica działki nr 85/3 (obręb ewidencyjny 150). Część wschodniej granicy działki nr 22/1 (obręb ewidencyjny 089) do styku z wschodnią granicą działki nr 85/4 (obręb ewidencyjny 150). Wschodnia granica działki nr 85/4 (obręb ewidencyjny 150) do styku z zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Wiankowej. Część wschodniej i południowa granica działki nr 226 (obręb ewidencyjny 150). W kierunku południowym część wschodniej, południowa i część zachodniej granicy działki nr 3 (obręb ewidencyjny 090) do południowej granicy pasa drogowego ulicy Wygon. W kierunku zachodnim południowa granica pasa drogowego ulicy Wygon do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Częstochowskiej. W kierunku północnym zachodnia granica pasa drogowego ulicy Częstochowskiej do styku z północną granicą działki nr 1 (obręb ewidencyjny 086). Część północnej granicy działki nr 1 (obręb ewidencyjny 086) do zachodniej granicy działki nr 4/10 (obręb ewidencyjny 085). Zachodnia i część północnej granicy działki nr 4/10 (obręb ewidencyjny 085) do styku z zachodnią granicą działki nr 7/1 (obręb ewidencyjny 085). Zachodnia granica działki nr 7/1 (obręb ewidencyjny 085). Zachodnia granica działki nr 6/1 (obręb ewidencyjny 085). Zachodnia i część północnej granicy działki nr 6/3 (obręb ewidencyjny 085). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 35/12 (obręb ewidencyjny 066) przez działkę nr 36/1 (obręb ewidencyjny 066). Wschodnia granica działki nr 35/12 (obręb ewidencyjny 066). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez wschodnią granicę działki nr 35/12 (obręb ewidencyjny 066) przez działki nr 35/10 (obręb ewidencyjny 066) i nr 32/4 (obręb ewidencyjny 066) do południowej granicy działki nr 32/5 (obręb ewidencyjny 066). Południowa i wschodnia granica działki nr 32/5 (obręb ewidencyjny 066). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 13/5 (obręb ewidencyjny 066). Południowa granica działki nr 13/10 (obręb ewidencyjny 066). Południowa granica działki nr 13/11 (obręb ewidencyjny 066). Południowa granica działki nr 11/1 (obręb ewidencyjny 066). Południowa granica działki nr 11/3 (obręb ewidencyjny 066). Południowa granica działki nr 11/5 (obręb ewidencyjny 066). Południowa i wschodnia granica działki nr 11/6 (obręb ewidencyjny 066). W kierunku północnym wschodnia granica pasa drogowego ulicy Władysława Rusińskiego przez pas drogowy ulicy Augustyna Kordeckiego do południowej granicy działki 26/6 (obręb ewidencyjny 067). W kierunku zachodnim część południowej i wschodnia granica działki nr 26/6 (obręb ewidencyjny 067). Wschodnia granica działki 26/8 (obręb ewidencyjny 067). Południowa i wschodnia granica działki 20/8 (obręb ewidencyjny 067). Południowa granica działki nr 20/13 (obręb ewidencyjny 067). Część południowej granicy działki nr 20/14 (obręb ewidencyjny 067). Południowa granica działki nr 20/10 (obręb ewidencyjny 067). Południowa granica pasa drogowego ulicy Szlak Bursztynowy do styku z południową granicą działki nr 74 (obręb ewidencyjny 082). Południowa granica działki nr 72/6 (obręb ewidencyjny 082). Południowa granica działki nr 72/5 (obręb ewidencyjny 082). Południowa granica działki nr 77/9 (obręb ewidencyjny 082) do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Dworcowej. W kierunku północnym, zachodnia granica pasa drogowego ulicy Dworcowej. Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Szlak Bursztynowy do południowej granicy pasa drogowego ulicy Górnośląskiej. W kierunku zachodnim, południowa granica pasa drogowego ulicy Górnośląskiej do styku z zachodnią granicą pasa drogowego ulicy Podmiejskiej;

C2 – Północna granica pasa drogowego ulicy Galla Anonima. W kierunku wschodnim, północna granica pasa drogowego ulicy Tacyta do wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Marka. W kierunku południowym, wschodnia granica pasa drogowego ulicy Marka do styku z południową granicą pasa drogowego ulicy Wykopaliskowej. W kierunku zachodnim, południowa granica pasa drogowego ulicy Wykopaliskowej do wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Rzymskiej. W kierunku północnym, część wschodniej granicy pasa drogowego ulicy Rzymskiej do styku z północną granicą pasa drogowego ulicy Galla Anonima;

C3 – Południowa granica działki nr 308/8 (obręb ewidencyjny 149). W kierunku wschodnim, południowa granica działki 308/12 (obręb ewidencyjny 149). Północno-zachodnia i północna granica działki nr 551 (obręb ewidencyjny 149). W kierunku północnym część zachodniej granicy działki nr 99 (obręb ewidencyjny 149) do styku z przedłużeniem linii wyznaczonej przez północną granicę działki nr 114/1

(obręb ewidencyjny 149). W kierunku wschodnim północna granica działki nr 114/1 (obręb ewidencyjny 149). Na przedłużeniu północnej granicy działki nr 114/1 (obręb ewidencyjny 149) przez działkę nr 296 (obręb ewidencyjny 149) do zachodniej granicy działki nr 296/1 (obręb ewidencyjny 147). W kierunku południowym, zachodnia i południowa granica działki nr 296/1 (obręb ewidencyjny 147). Na przedłużeniu linii wyznaczonej przez południową granicę działki nr 269/1 (obręb ewidencyjny 147) przez działkę nr 413/2 (obręb ewidencyjny 147) do zachodniej granicy działki nr 413/1 (obręb ewidencyjny 147). Zachodnia, południowa i część wschodniej granicy działki nr 413/1 (obręb ewidencyjny 147). W kierunku wschodnim, na przedłużeniu linii wyznaczonej przez północną granicę działki nr 312/1 (obręb ewidencyjny 147) przez działkę nr 414/1 (obręb ewidencyjny 147) do zachodniej granicy działki nr 312/1 (obręb ewidencyjny 147). W kierunku południowym wschodnia granica działki nr 414/1 (obręb ewidencyjny 147). Wschodnia i południowa granica działki nr 415/1 (obręb ewidencyjny 147). W kierunku zachodnim, część południowej granicy działki nr 417 (obręb ewidencyjny 147). Południowa granica działki nr 416/1 (obręb ewidencyjny 147). Południowa granica działki nr 416/2 (obręb ewidencyjny 147). Część zachodniej granicy działki nr 296 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 295/2 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 297 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 298 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 299 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 307 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 300/1 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 300/2 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia granica działki nr 301 (obręb ewidencyjny 149). Wschodnia i południowa granica działki nr 302 (obręb ewidencyjny 149). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 99 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 247 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 235 (obręb ewidencyjny 149). Południowa i zachodnia granica działki nr 234 (obręb ewidencyjny 149). W kierunku północnym zachodnia granica działki nr 233 (obręb ewidencyjny 149). Zachodnia granica działki nr 232 (obręb ewidencyjny 149). Zachodnia granica działki nr 231 (obręb ewidencyjny 149). W kierunku zachodnim południowa granica działki nr 222 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 214 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 159 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 157 (obręb ewidencyjny 149). Część południowej granicy działki nr 555/9 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/16 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/15 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/14 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/4 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/7 (obręb ewidencyjny 149). Południowa granica działki nr 555/8 (obręb ewidencyjny 149). Na przedłużeniu południowej granicy działki nr 555/8 (obręb ewidencyjny 149) do zachodniej granicy pasa drogowego ulicy Rzymskiej. Zachodnia granica pasa drogowego ulicy Rzymskiej do przecięcia z linią wyznaczoną przez południową granicę działki nr 308/8 (obręb ewidencyjny 149);

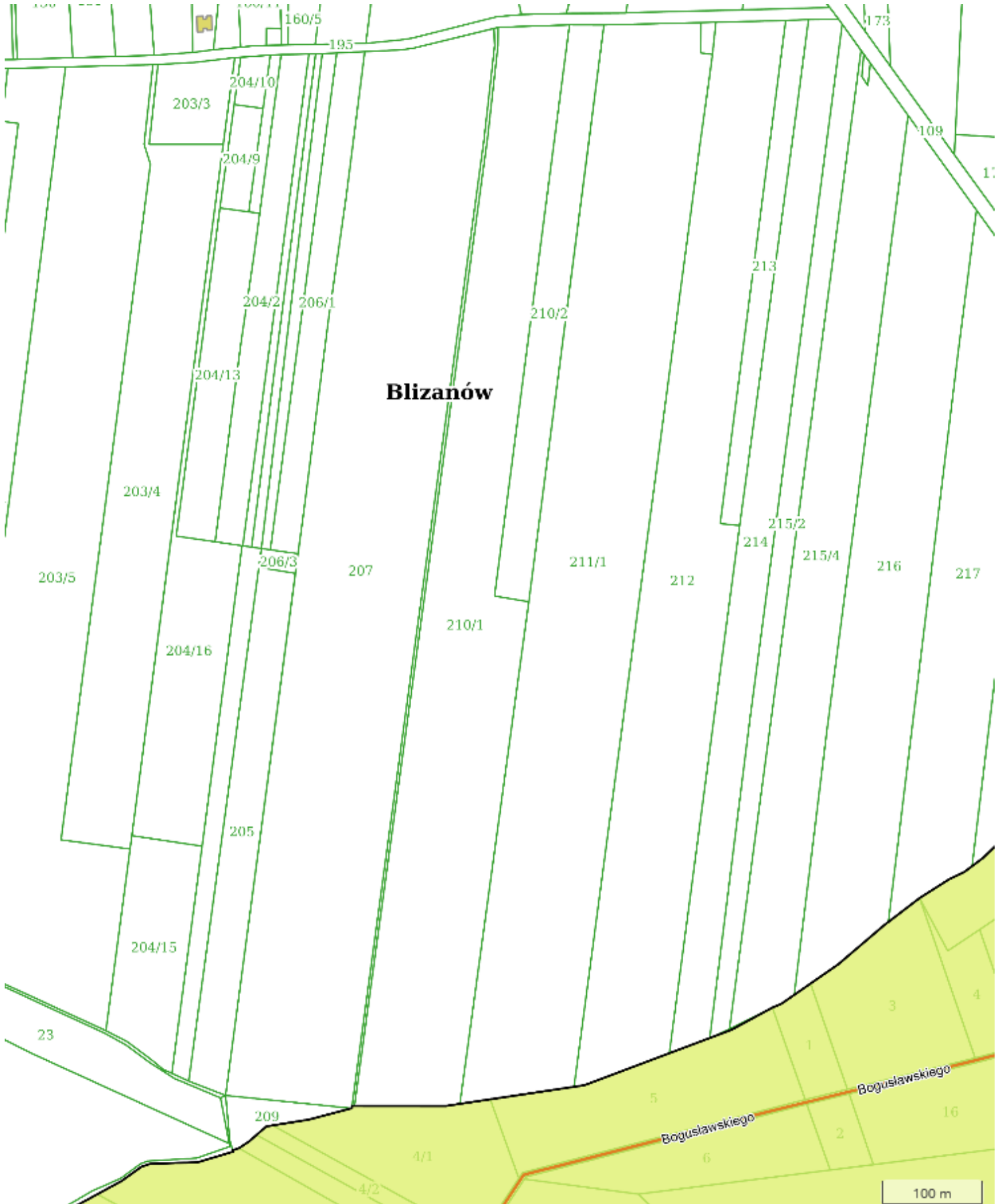
- 4) Strefa D – strefa obejmująca pozostałą część Miasta wraz z obszarem rezerwatu przyrody „Torfowisko Lis” oraz częścią obszaru Natura 2000 „Dolina Śwędrni” (PLH300034) do granic administracyjnych Miasta;
- 5) Tereny zamknięte Miasta Kalisza – tereny zastrzeżone ze względu na obronność i bezpieczeństwo Państwa, przez które przebiegają linie kolejowe, dla województwa Wielkopolskiego - decyzja nr 14 Ministra Infrastruktury z dnia 18 września 2020r. w sprawie ustalenia terenów zamkniętych, przez które przebiegają linie kolejowe (Dz. Urz. MI z 2020r., poz 38) oraz tereny zamknięte MON - decyzja 393/MON z dnia 20 września 2014r. Dz.U. MON z dnia 3 października 2014 poz 321.

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr

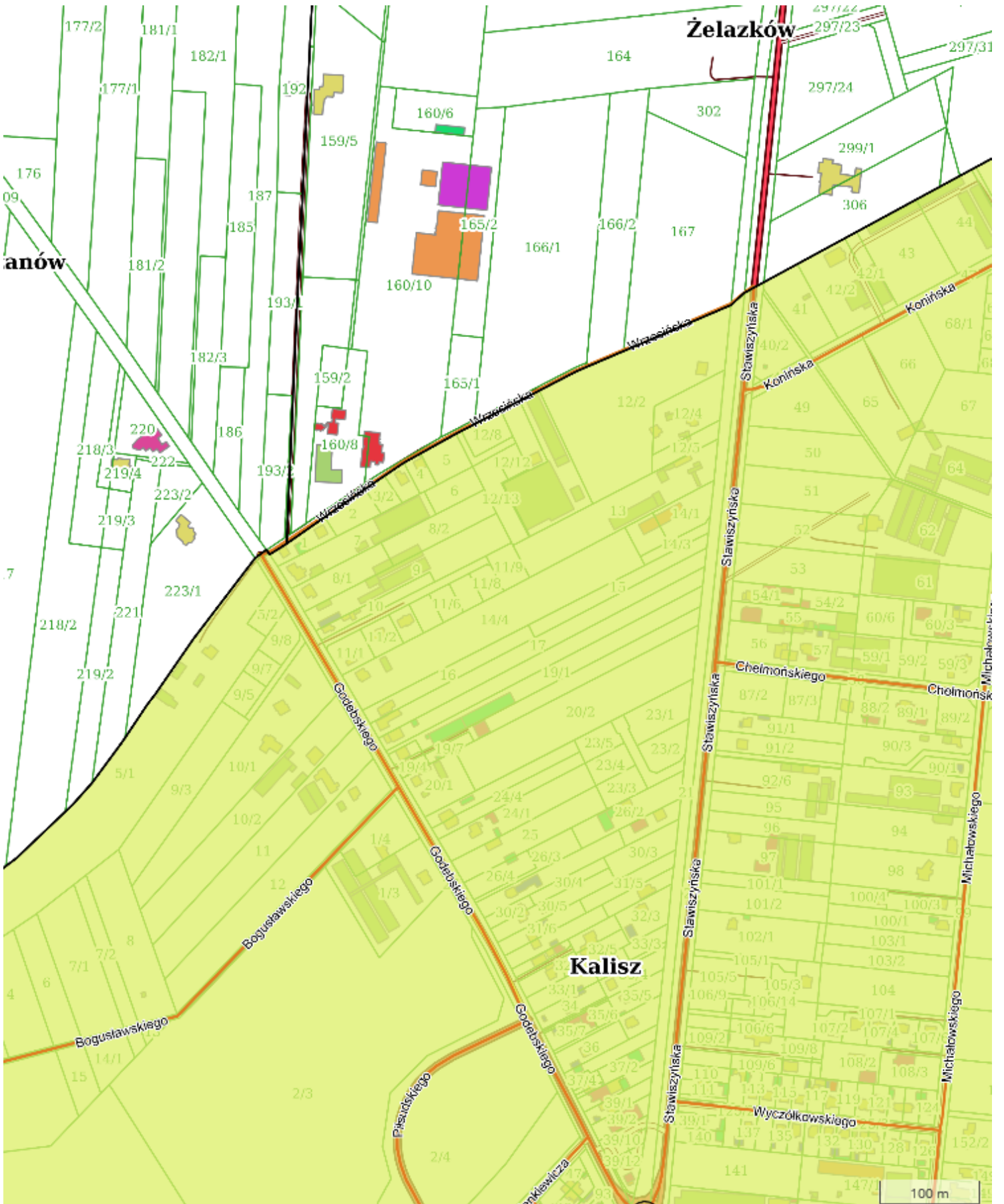
Rady Miasta Kalisza

z dnia 26 maja 2022 r.

X: 436873.93 Y: 436604.41



X: 436873.49 Y: 437566.17



X: 435666.75 Y: 436573.95

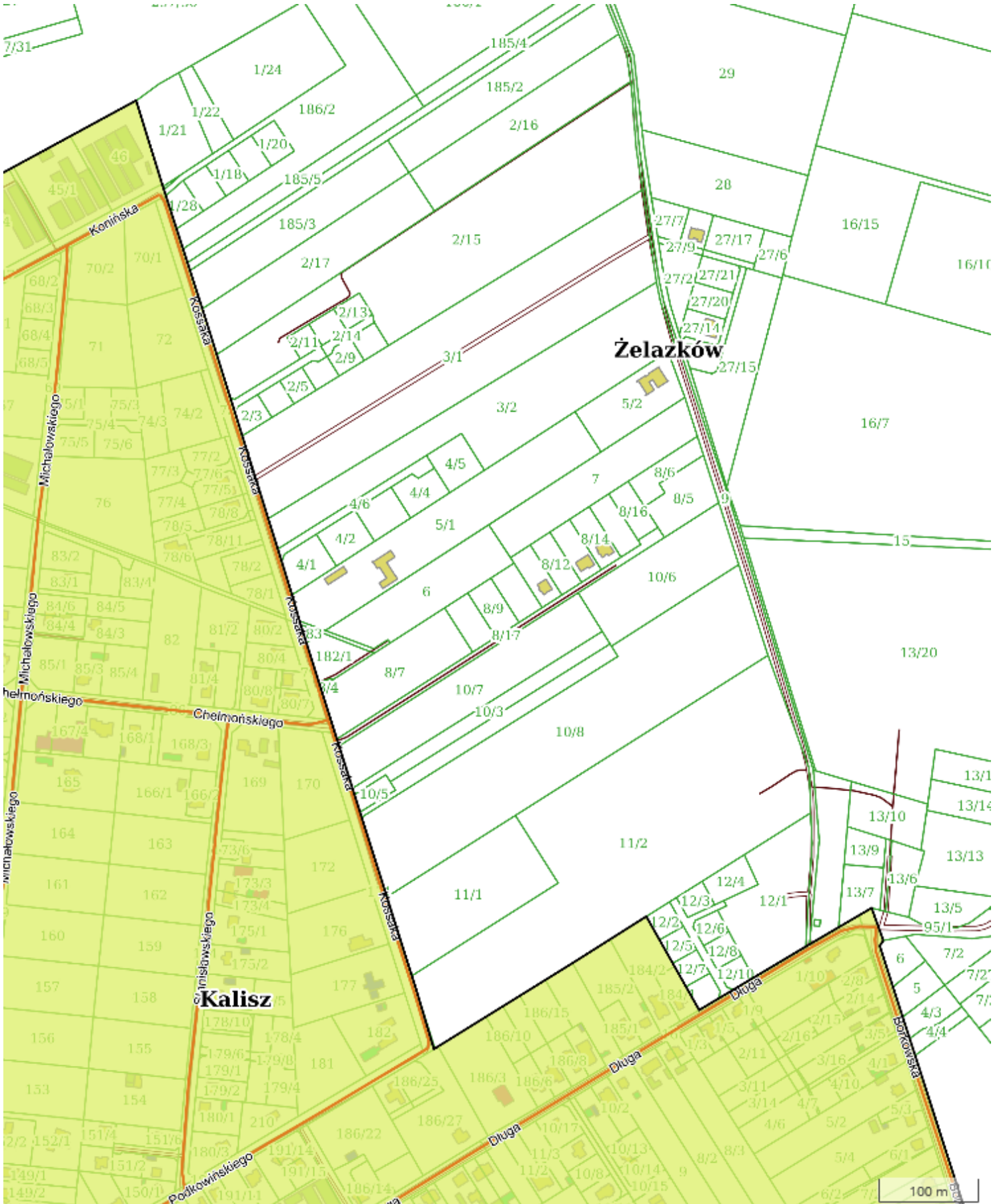
1:5000

Strona 2 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 2

X: 436874.81 Y: 438526.61



X: 435668.07 Y: 437534.39

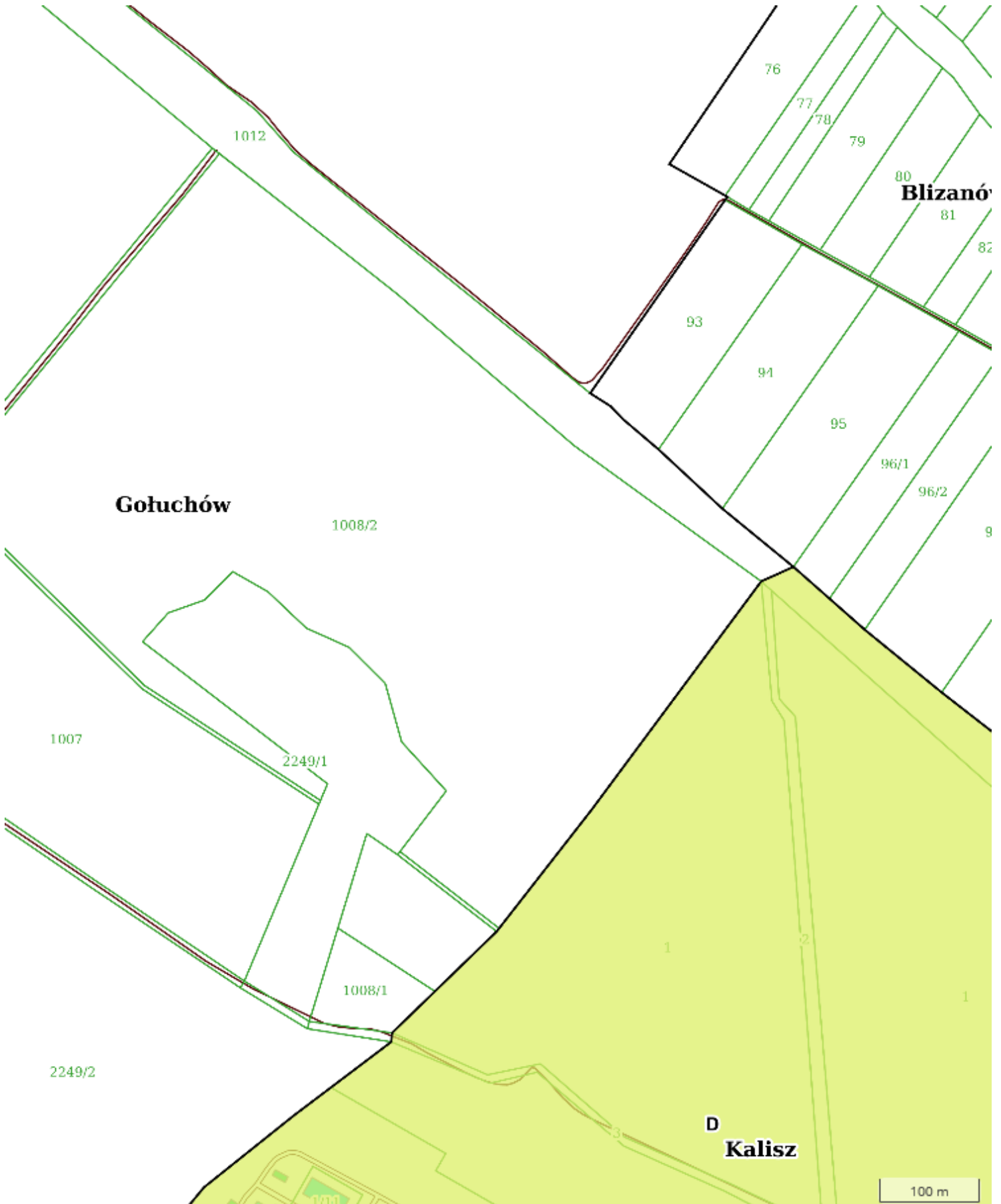
1:5000

Strona 3 z 88

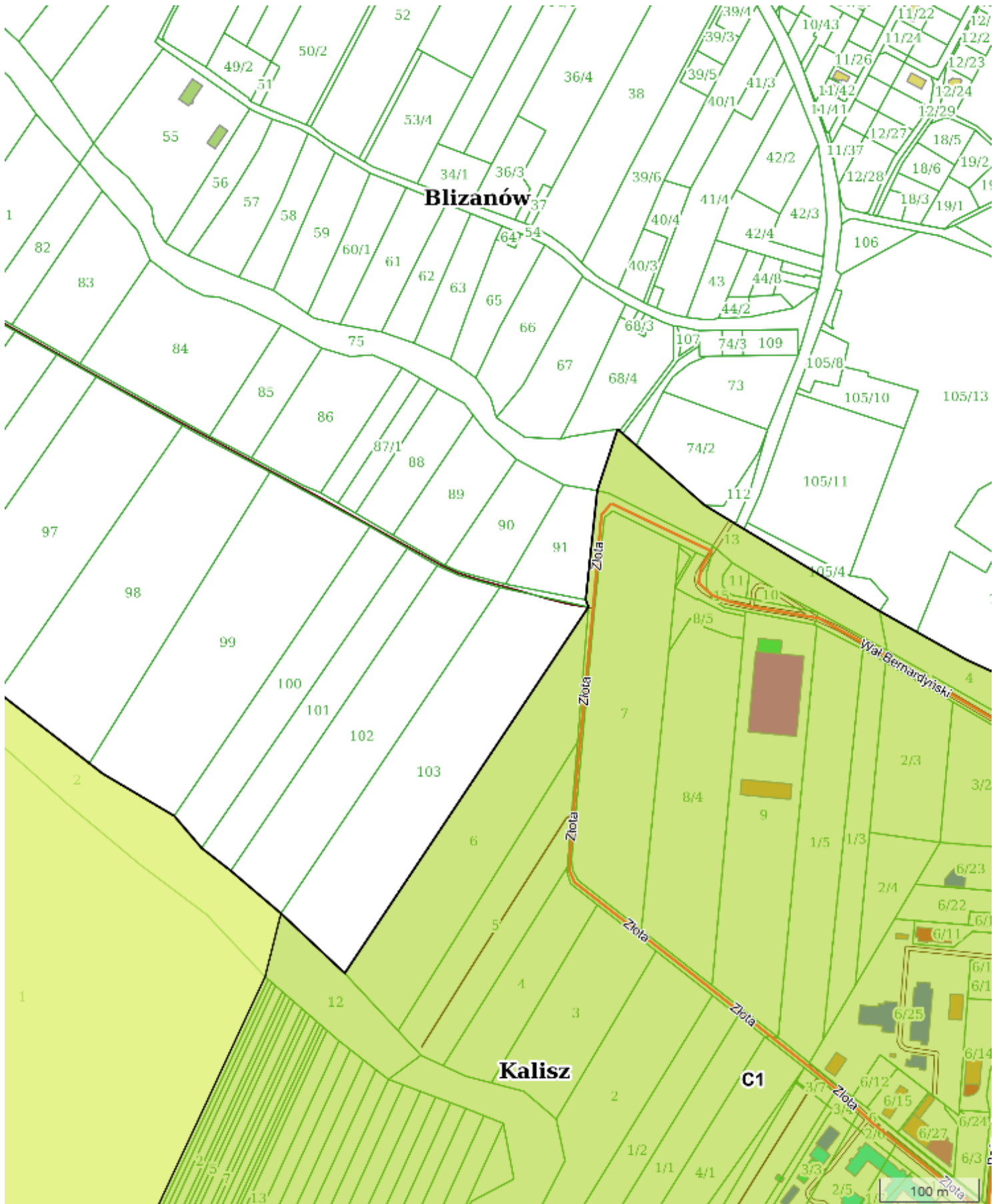
Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 3

X: 435788.04 Y: 434166.26



X: 435788.10 Y: 435109.50



X: 434581.36 Y: 434117.29

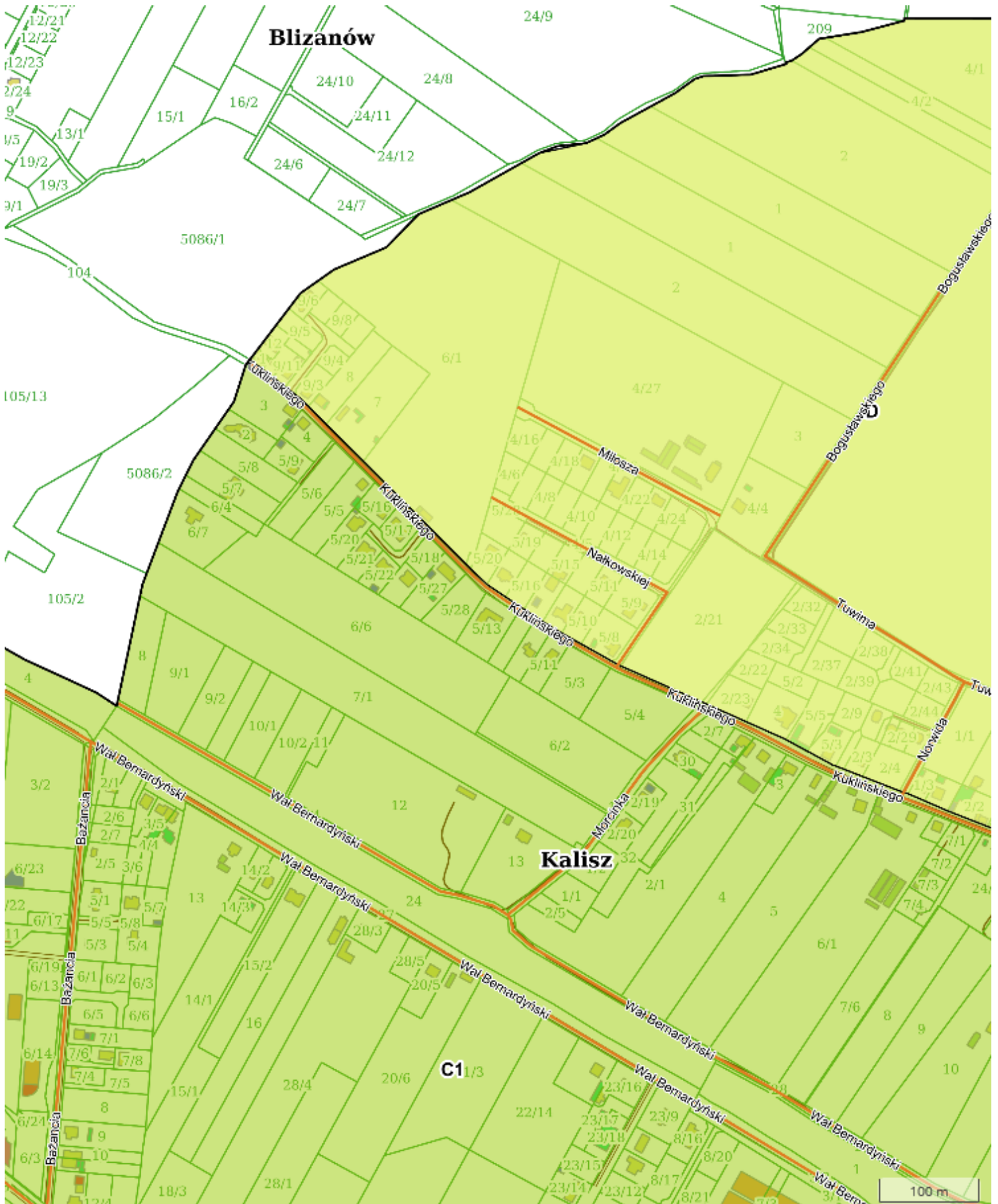
1:5000

Strona 5 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 5

X: 435788.14 Y: 436050.51



X: 434581.40 Y: 435058.30

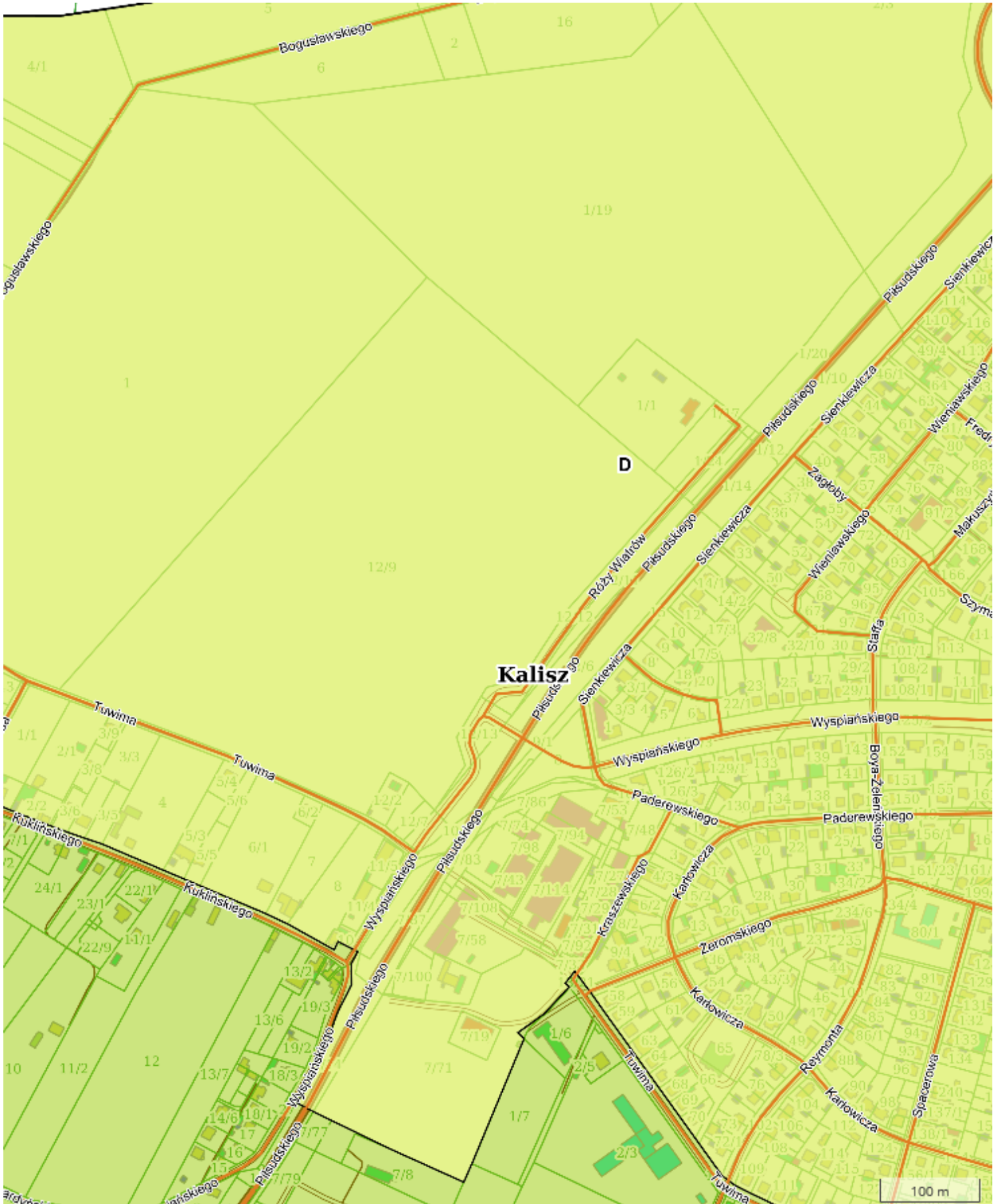
1:5000

Strona 6 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 6

X: 435788.08 Y: 436987.28



X: 434581.33 Y: 435995.07

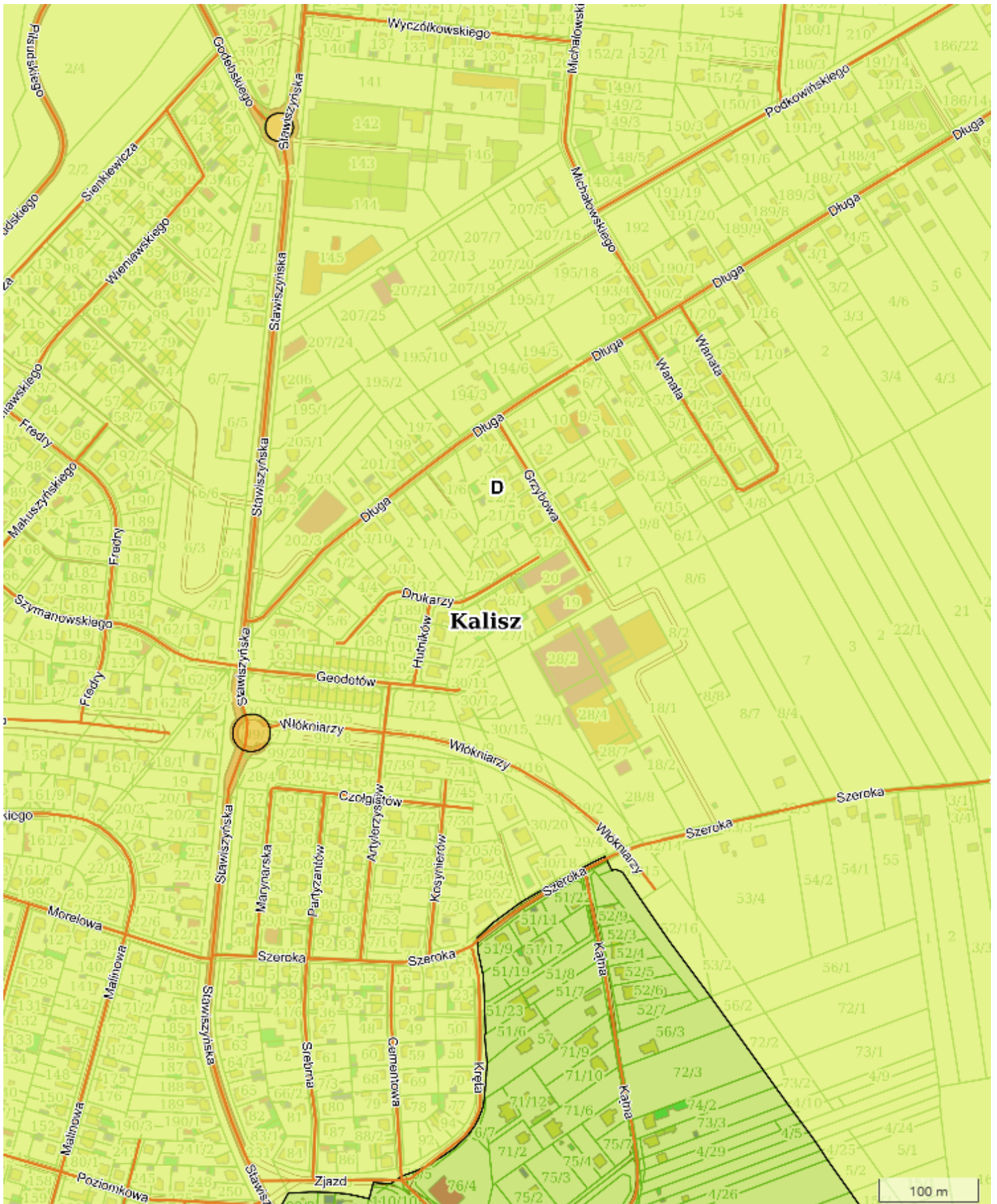
1:5000

Strona 7 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 7

X: 435788.04 Y: 437930.50



X: 434581.30 Y: 436938.29

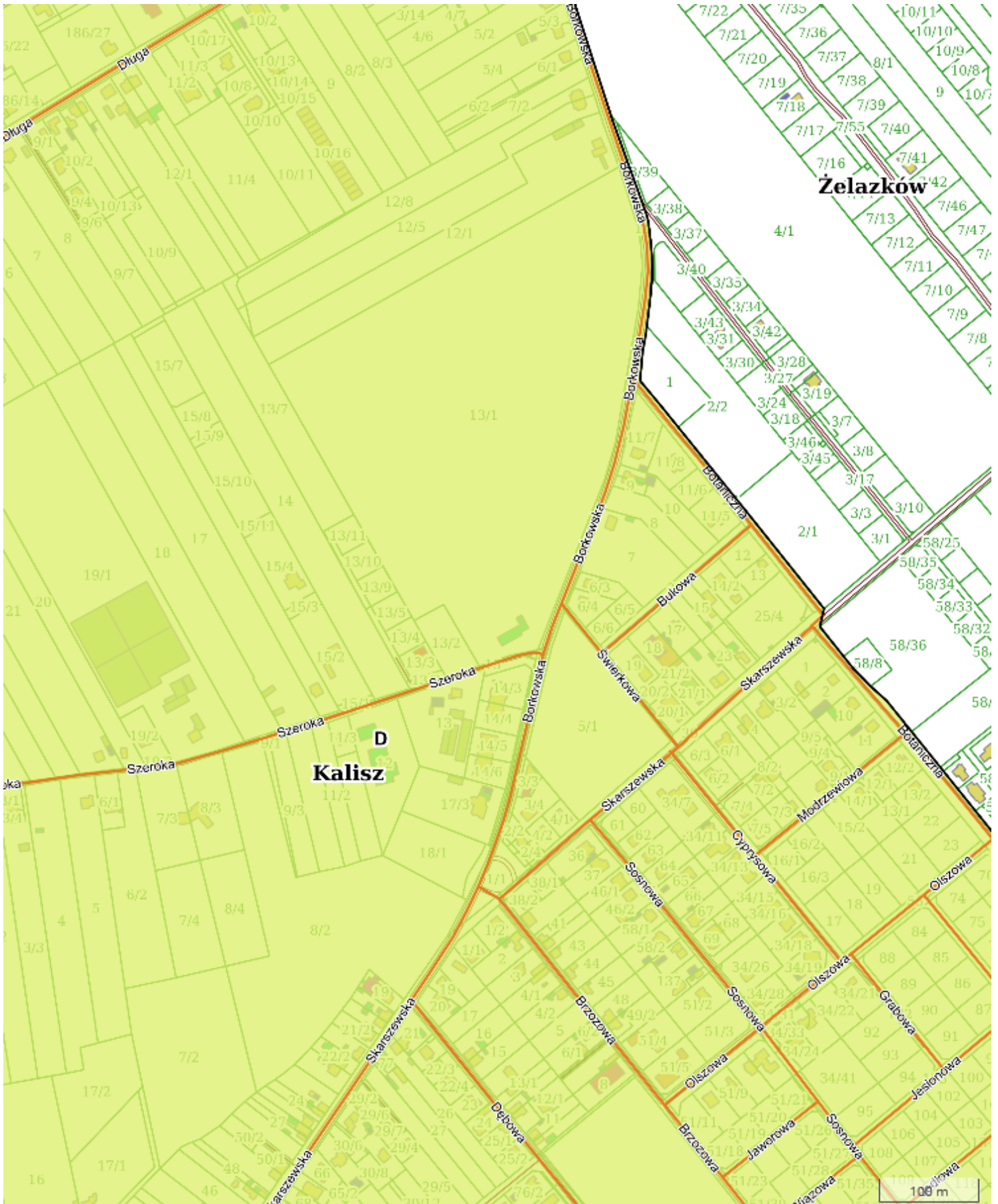
1:5000

Strona 8 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 8

X: 435787.85 Y: 438878.40



X: 434581.10 Y: 437886.19

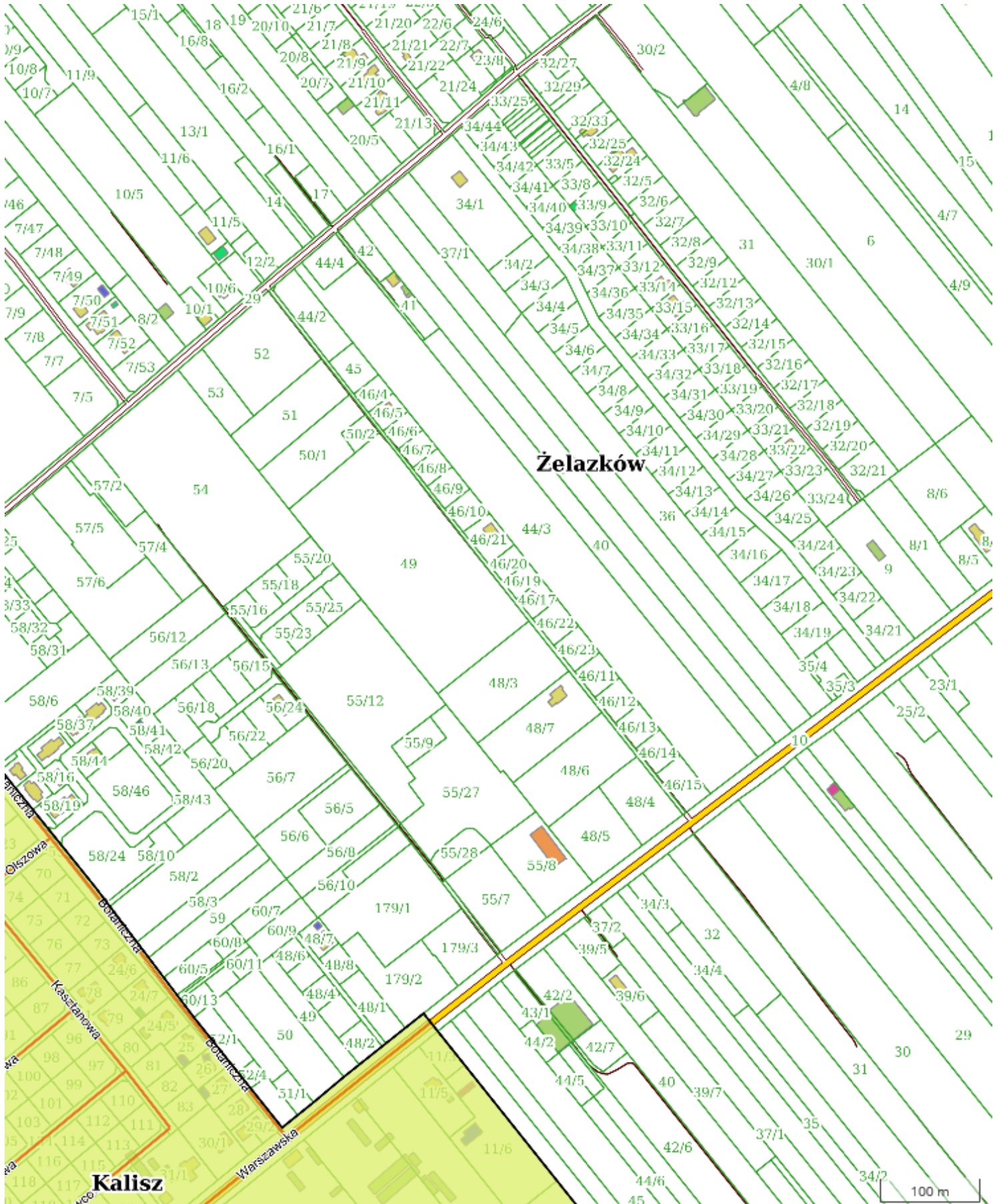
1:5000

Strona 9 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 9

X: 435786.83 Y: 439821.36



X: 434580.08 Y: 438829.14

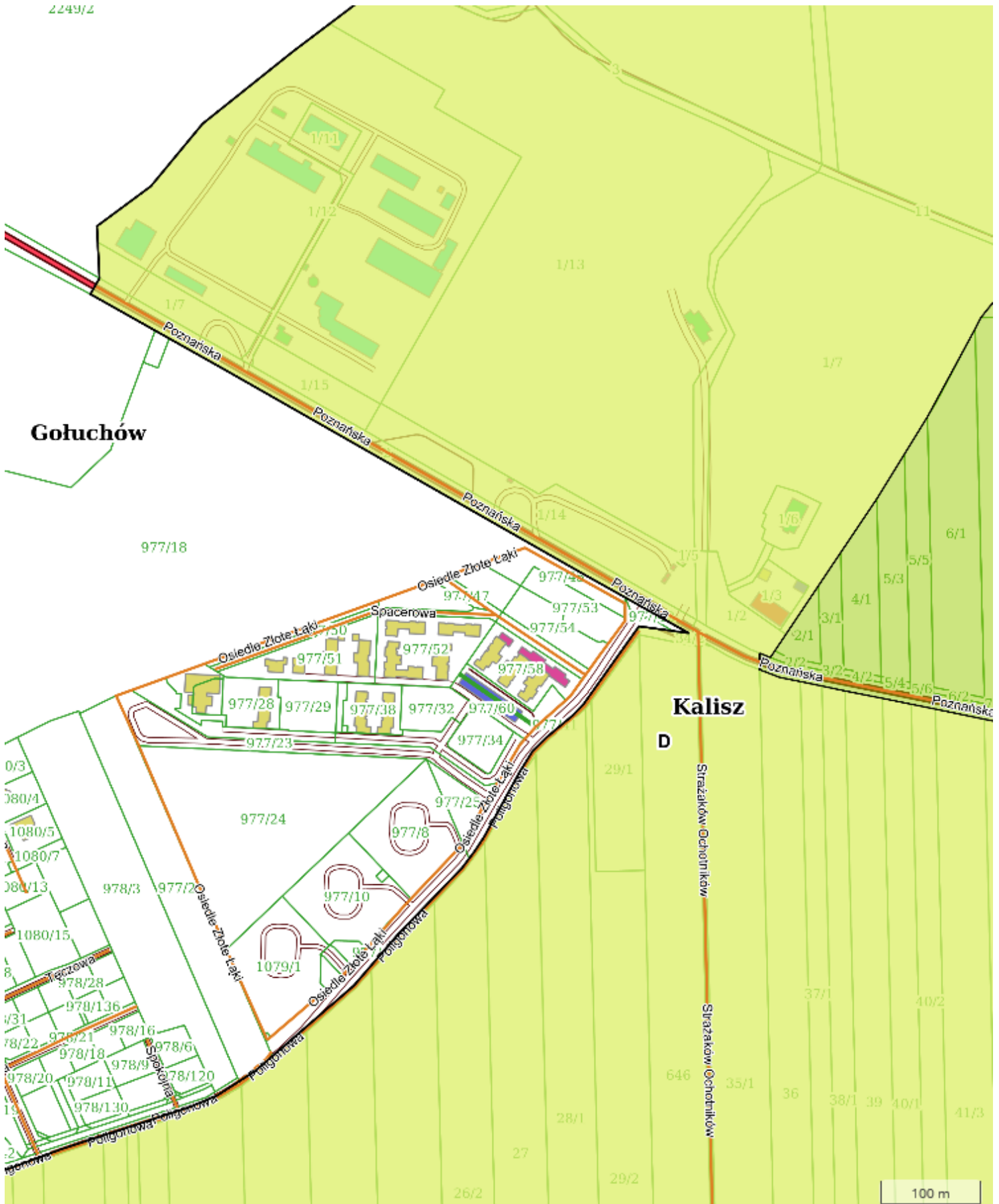
1:5000

Strona 10 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 10

X: 434724.11 Y: 434168.17



X: 433517.36 Y: 433175.95

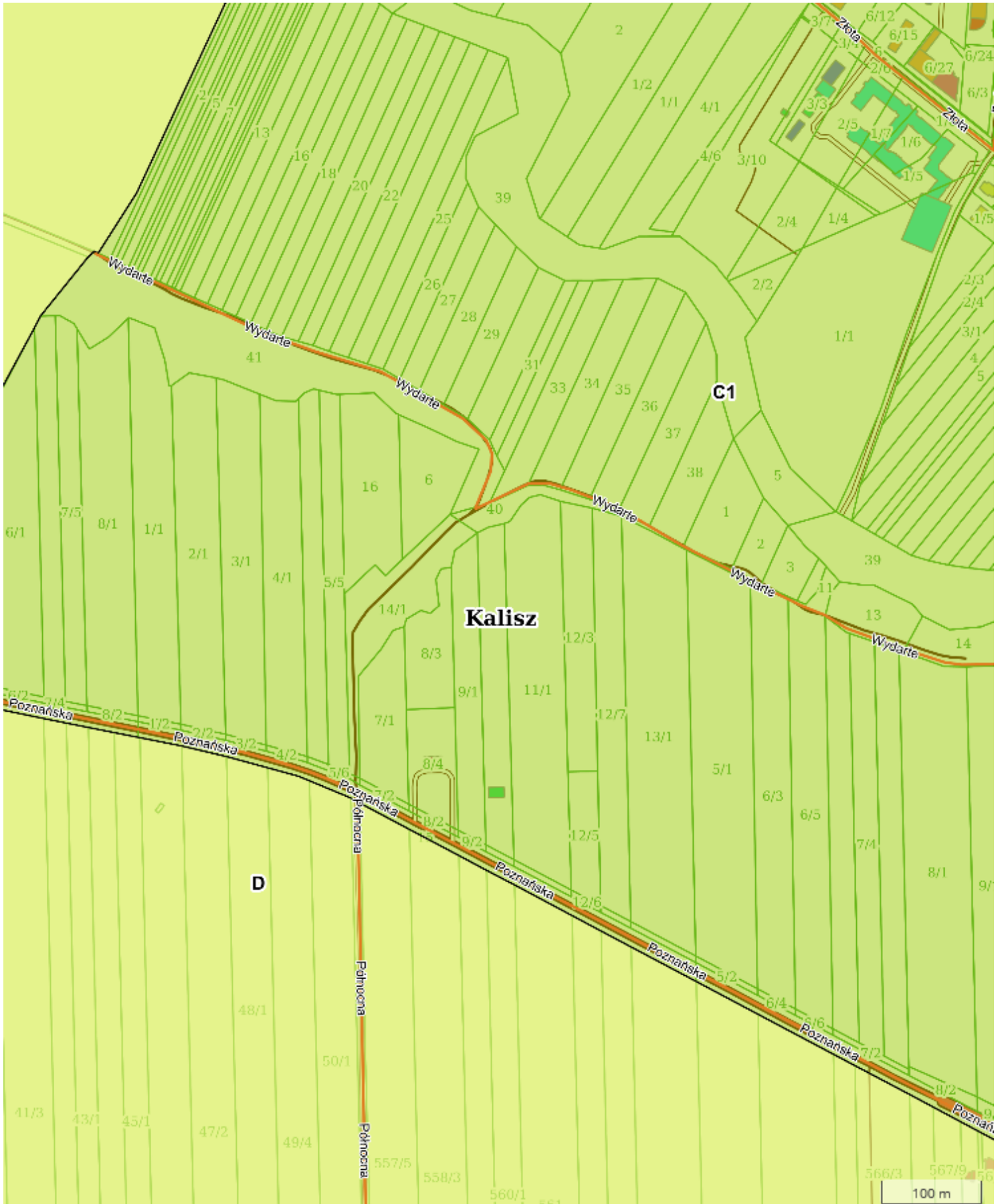
1:5000

Strona 11 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 11

X: 434724.42 Y: 435105.98



X: 433517.67 Y: 434113.77

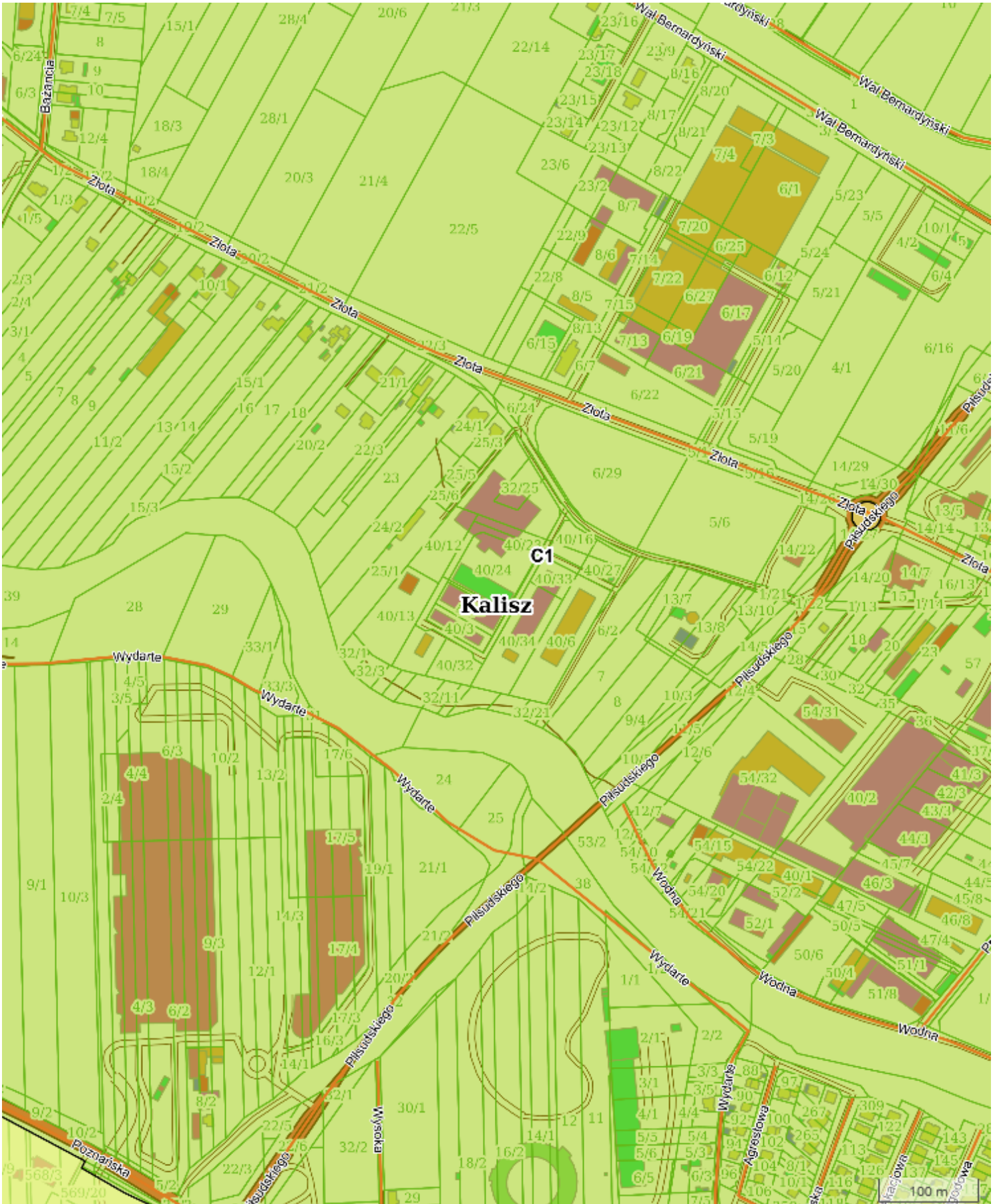
1:5000

Strona 12 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 12

X: 434724.82 Y: 436052.94



X: 433518.08 Y: 435060.73

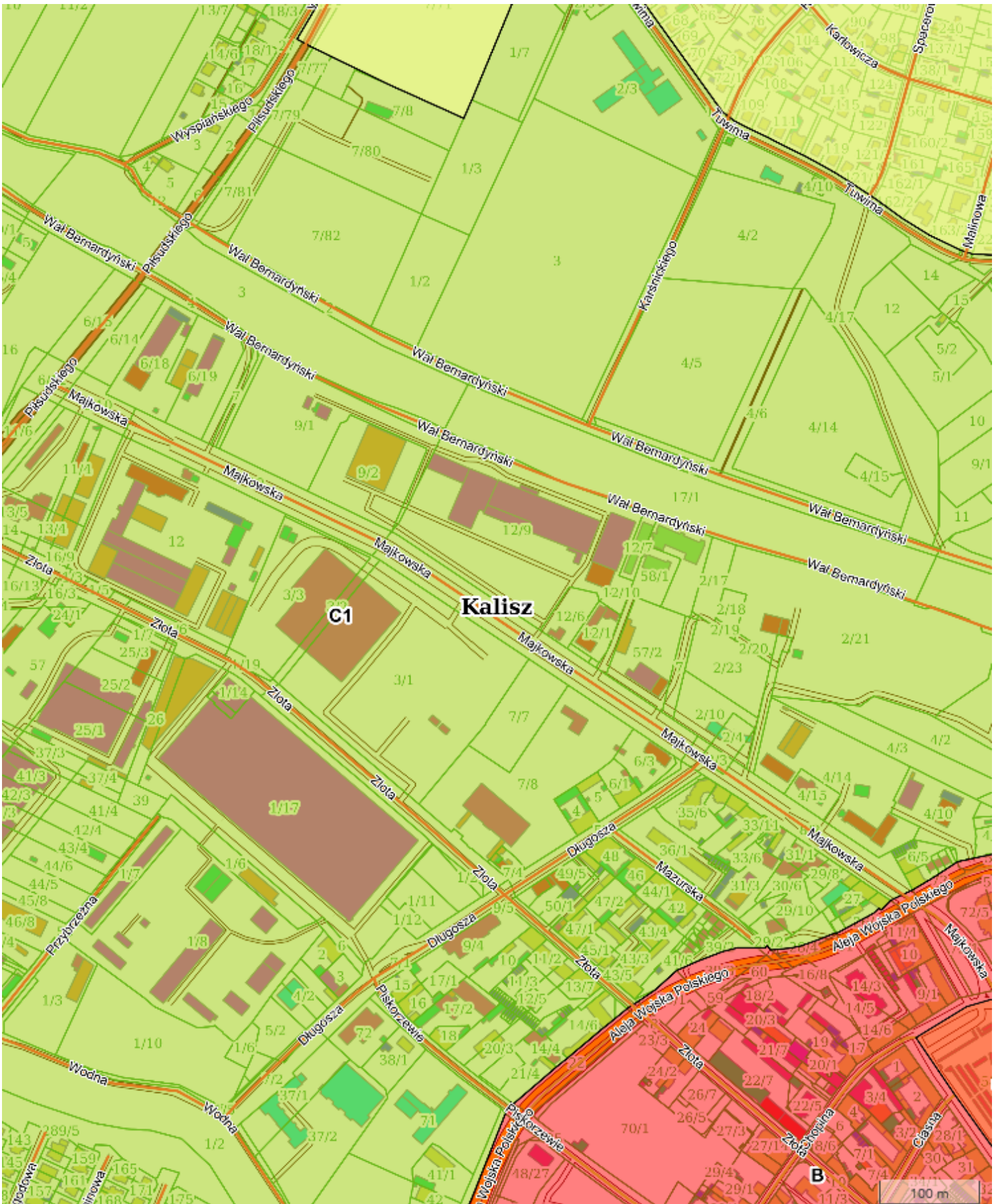
1:5000

Strona 13 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 13

X: 434724.82 Y: 436986.12



X: 433518.08 Y: 435993.91

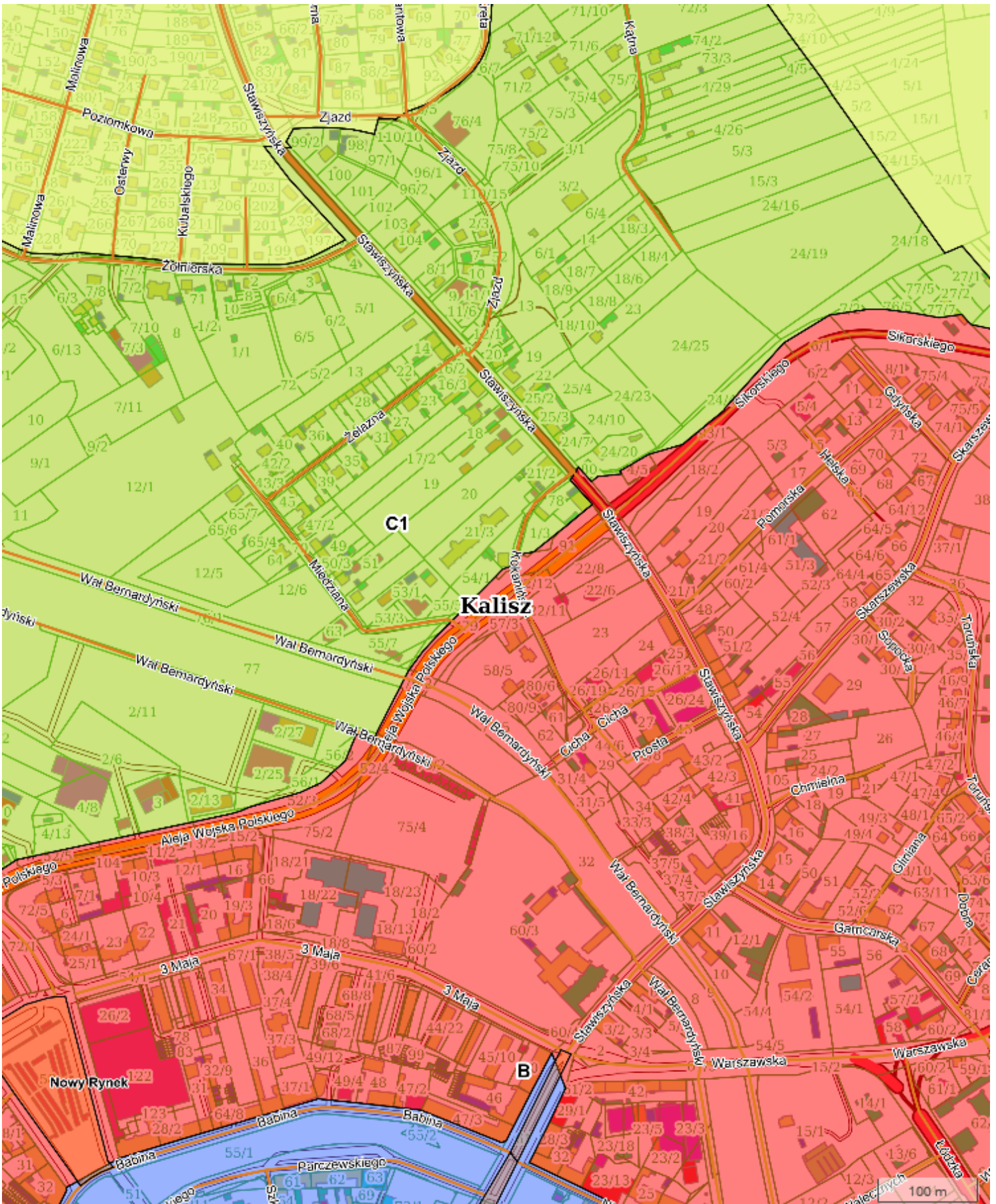
1:5000

Strona 14 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 14

X: 434724.73 Y: 437924.17

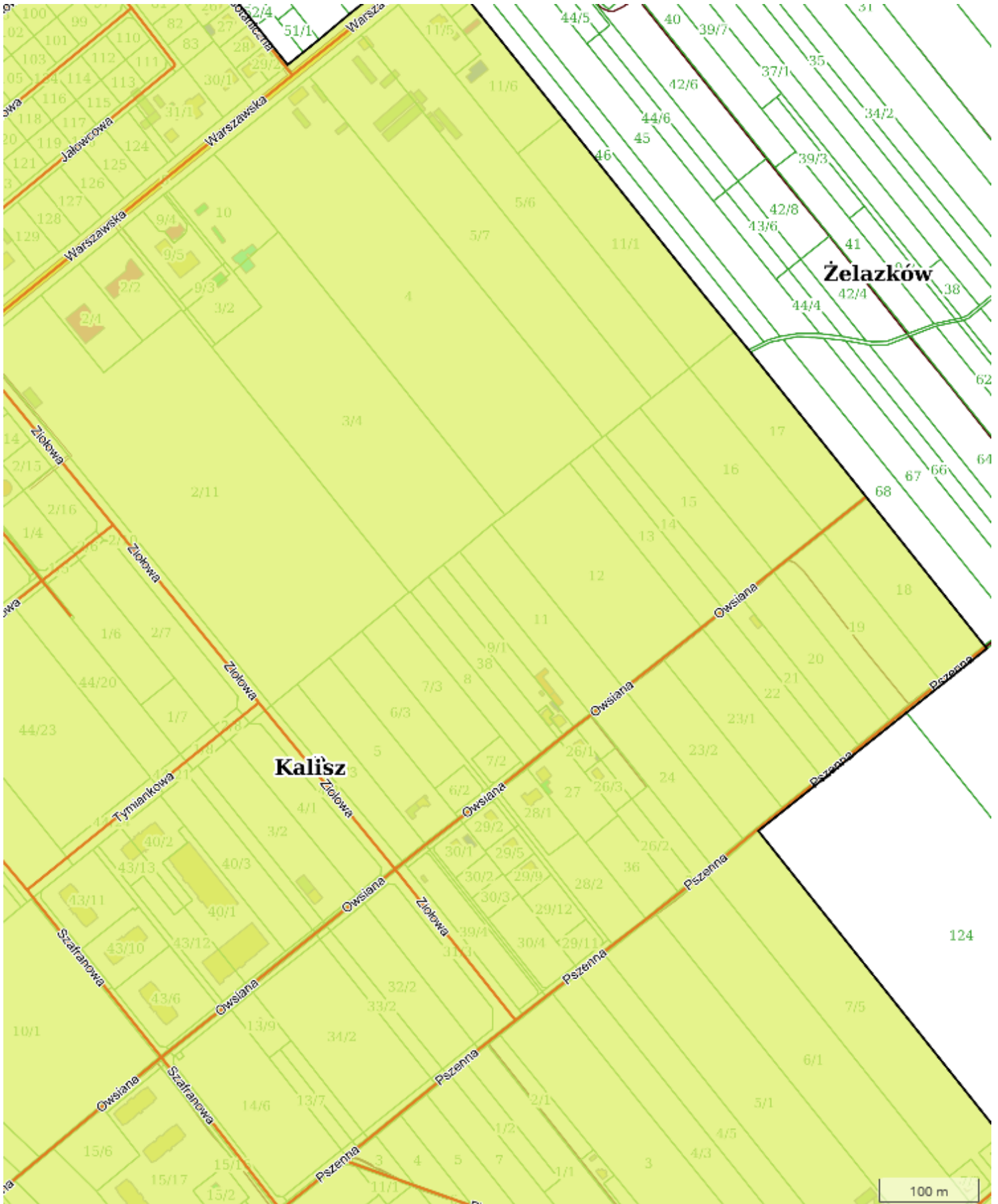


X: 433517.98 Y: 436931.96

1:5000

Strona 15 z 88

X: 434724.99 Y: 439814.52



X: 433518.25 Y: 438822.31

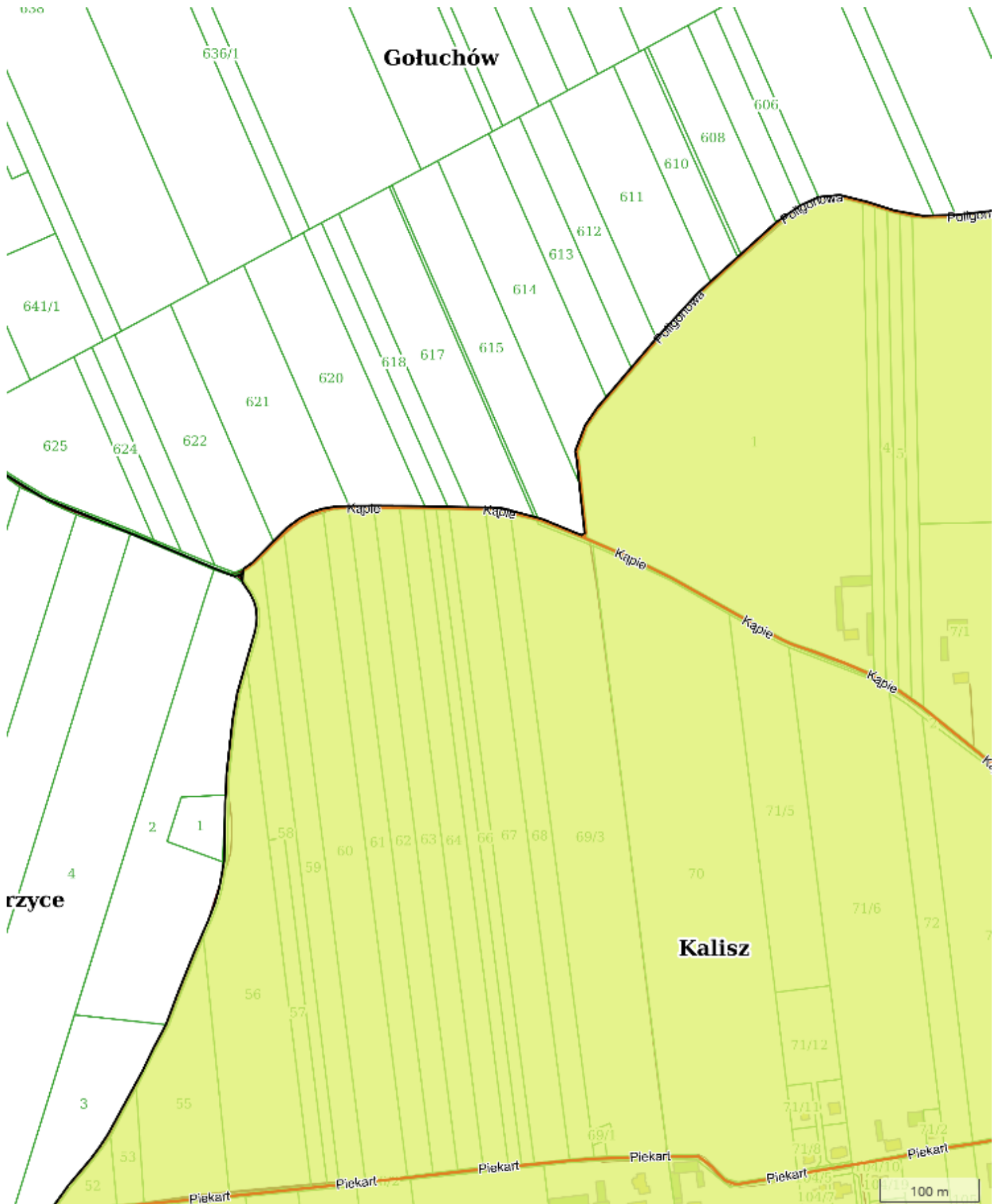
1:5000

Strona 17 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 17

X: 433623.33 Y: 432424.86



X: 432416.58 Y: 431432.65

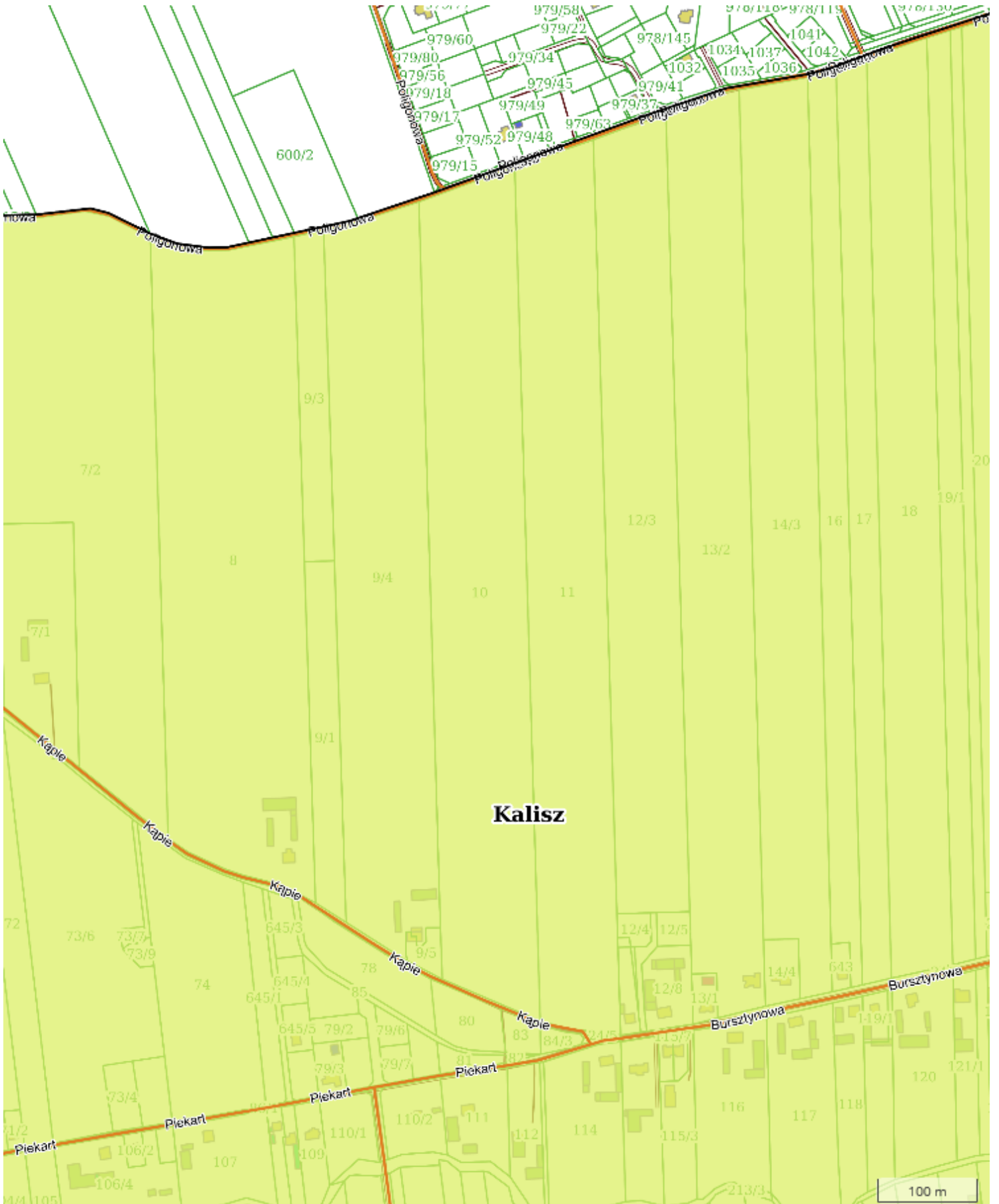
1:5000

Strona 18 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 18

X: 433624.77 Y: 433342.75



X: 432418.02 Y: 432350.54

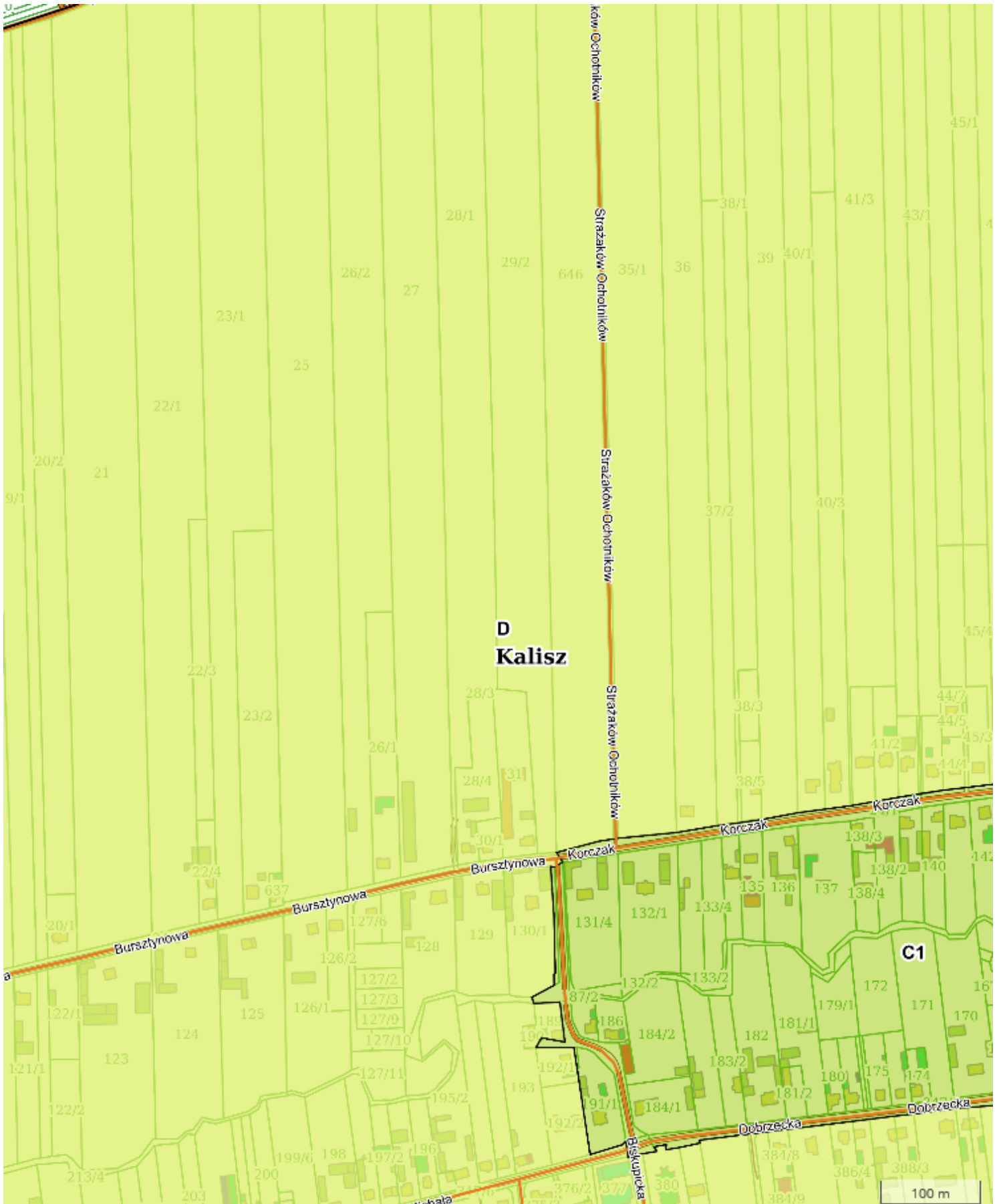
1:5000

Strona 19 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 19

X: 433625.68 Y: 434282.20



X: 432418.93 Y: 433289.99

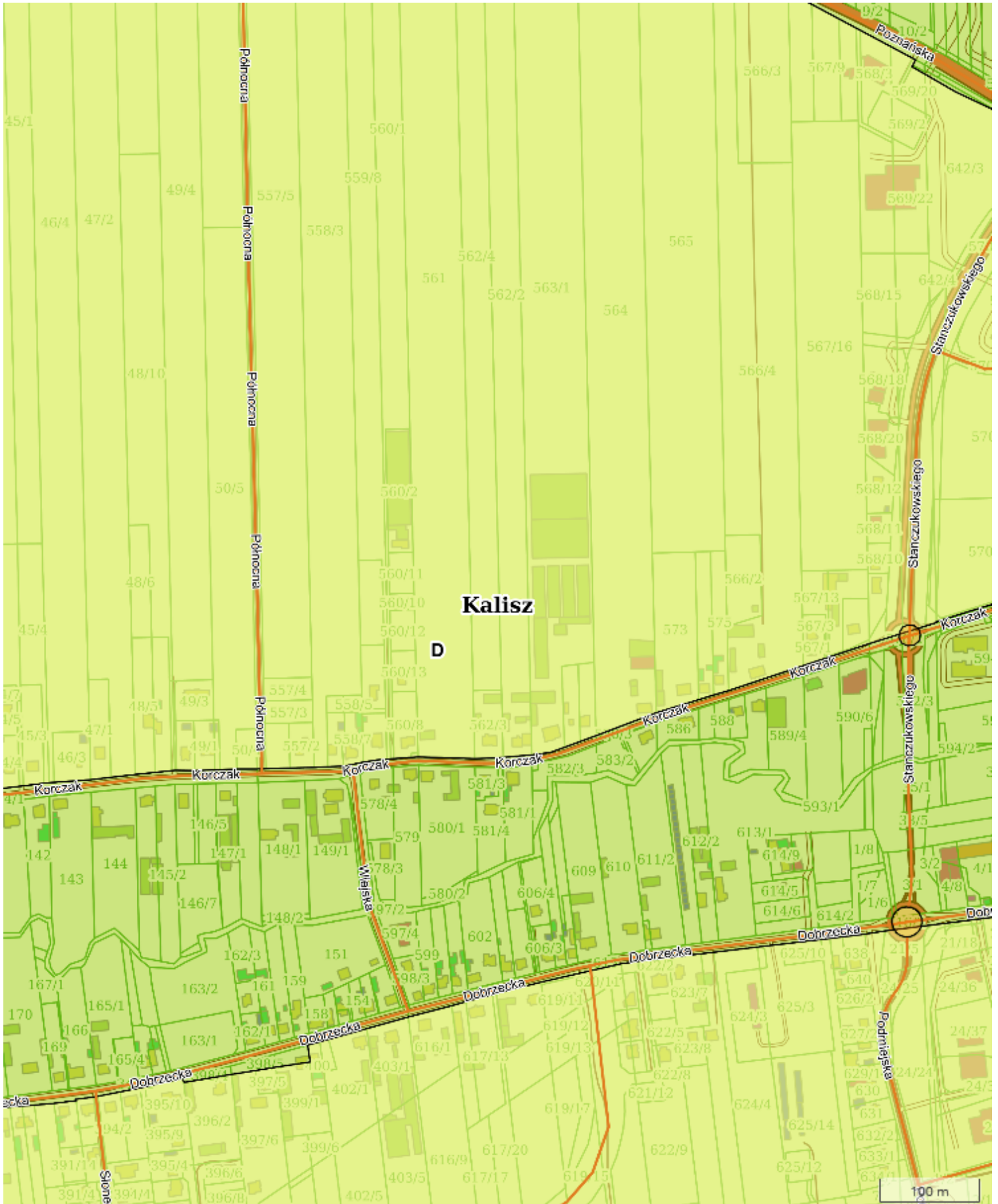
1:5000

Strona 20 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 20

X: 433625.84 Y: 435225.18



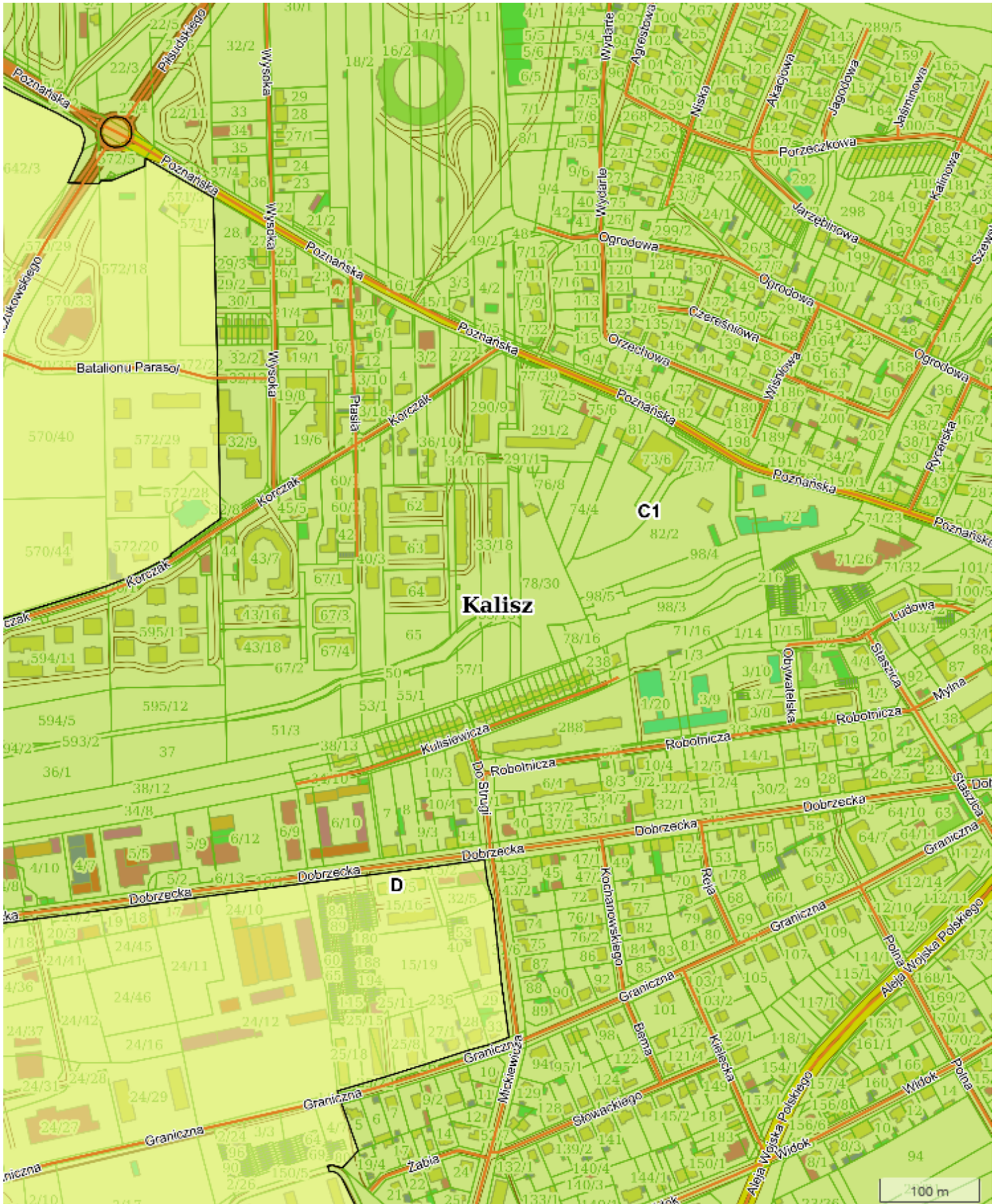
X: 432419.10 Y: 434232.97

1:5000

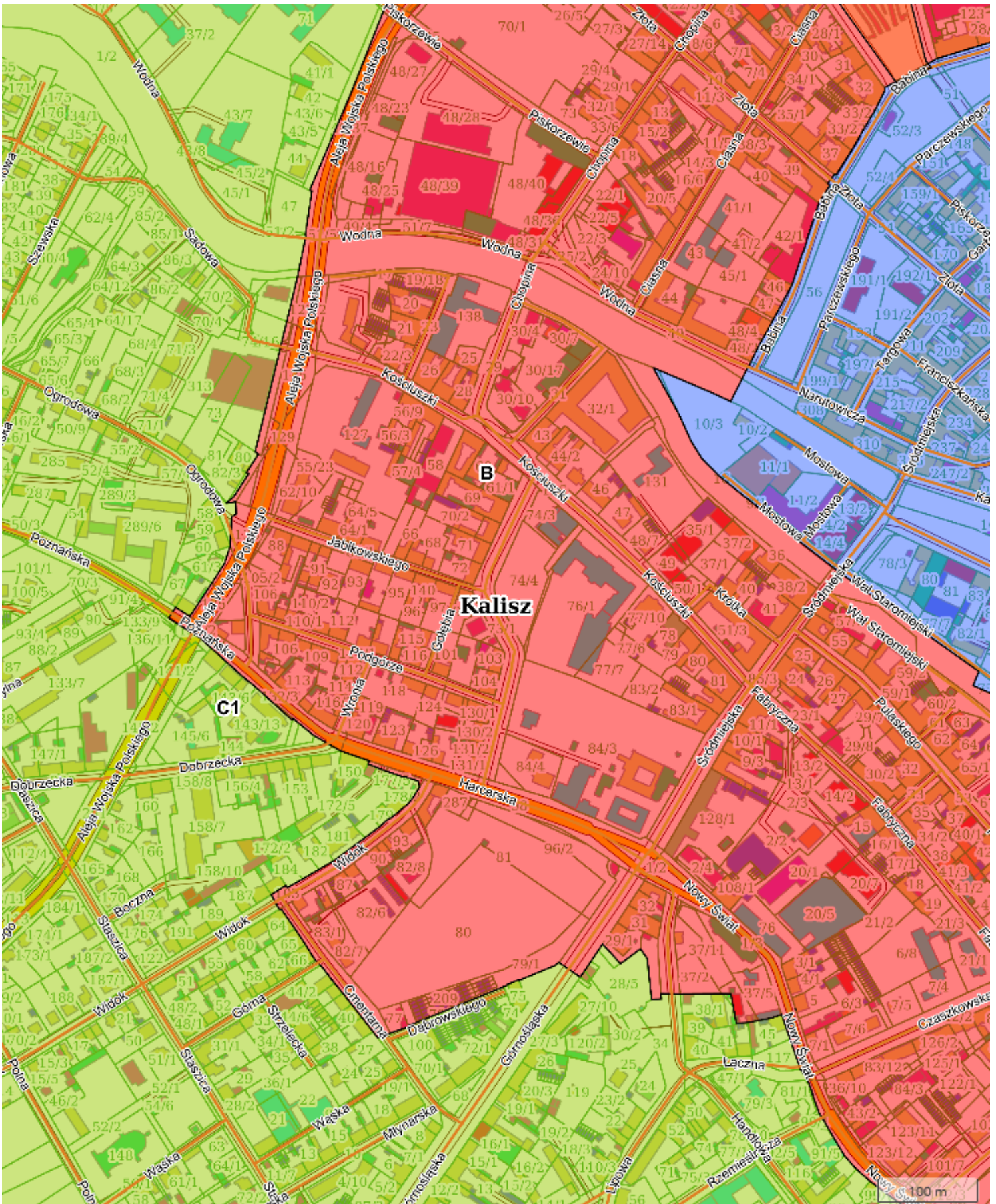
Strona 21 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 21



X: 433625.88 Y: 437107.44



X: 432419.14 Y: 436115.23

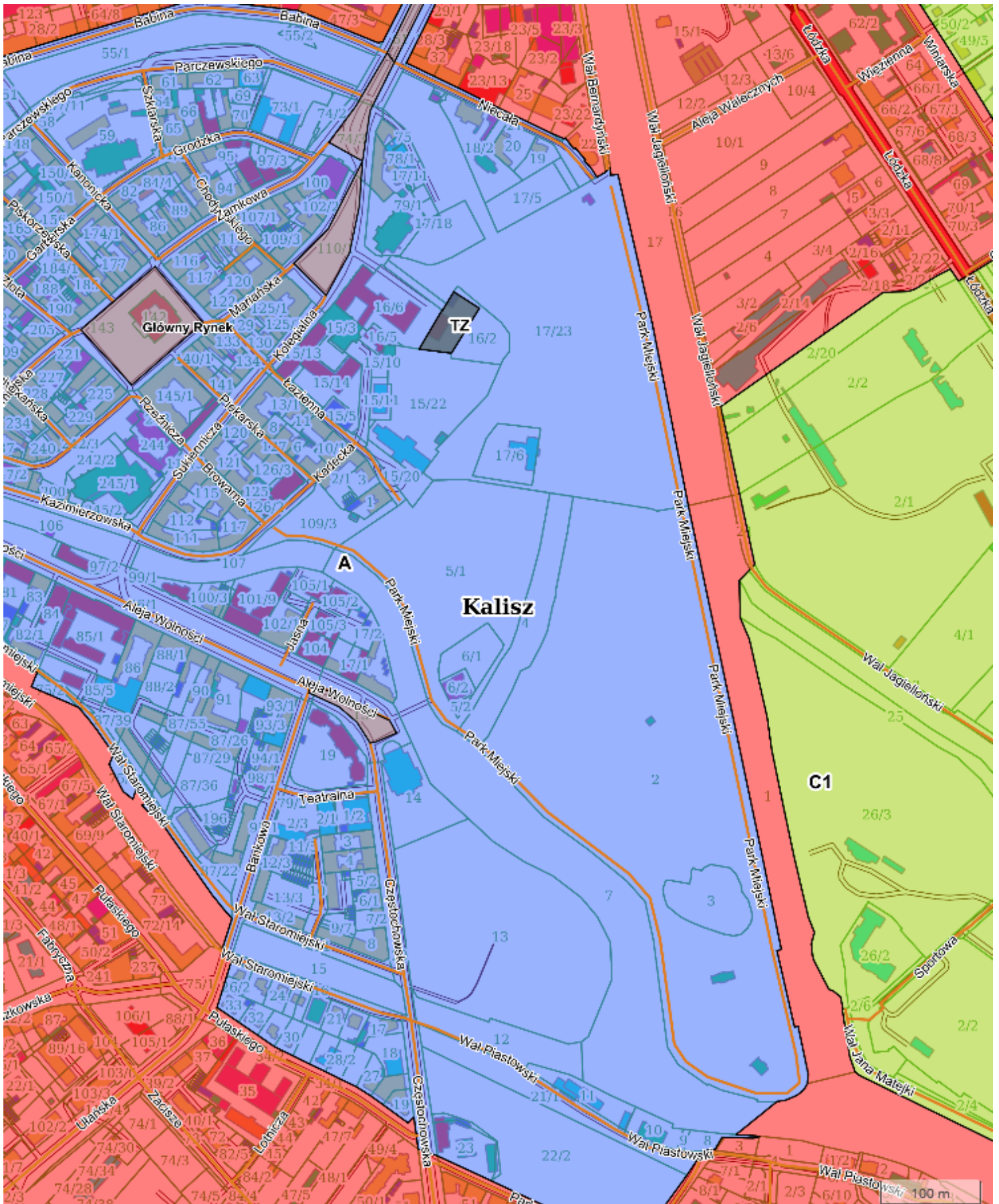
1:5000

Strona 23 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 23

X: 433625.90 Y: 438049.39



X: 432419.15 Y: 437057.18

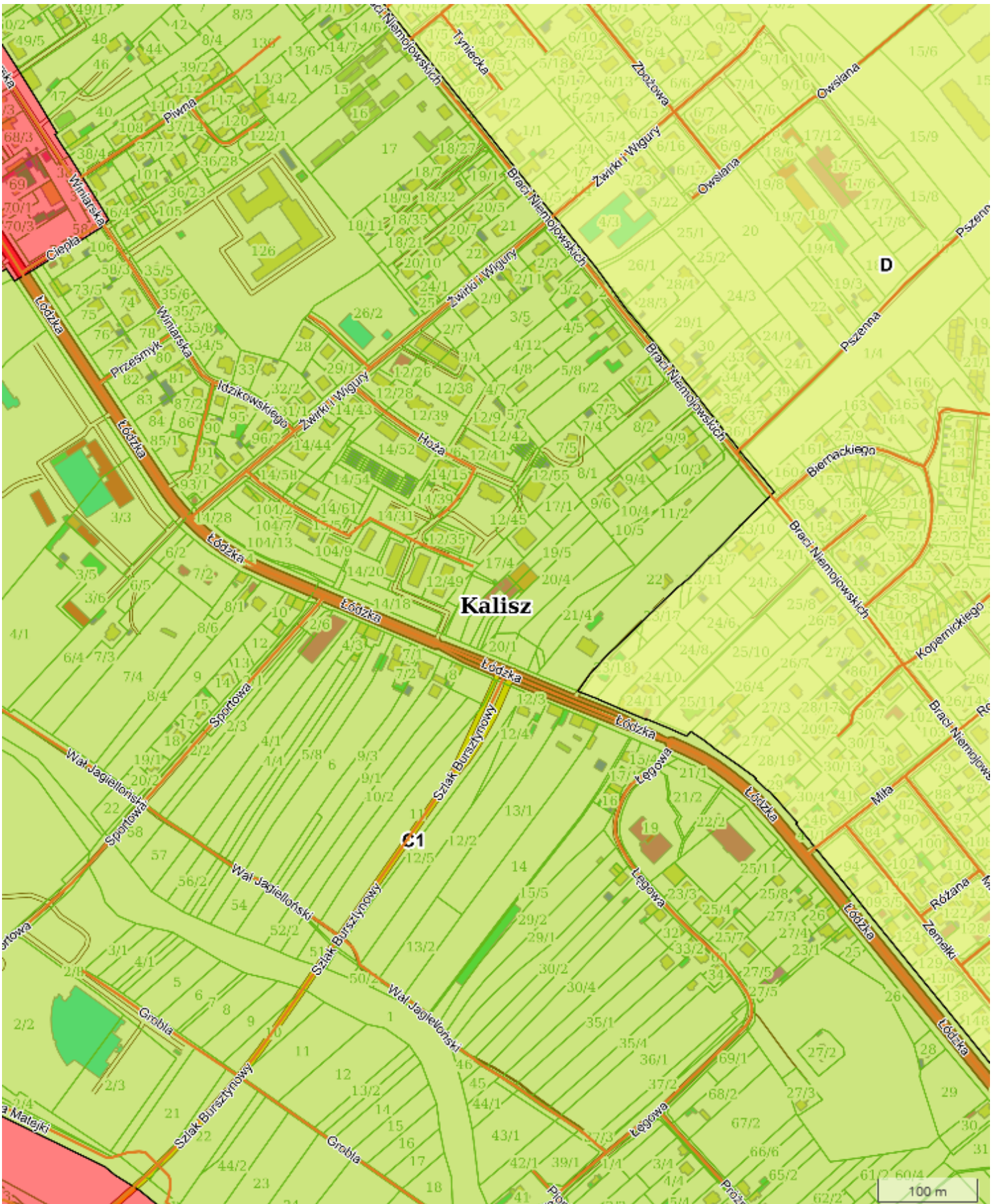
1:5000

Strona 24 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 24

X: 433626.29 Y: 438989.06



X: 432419.54 Y: 437996.84

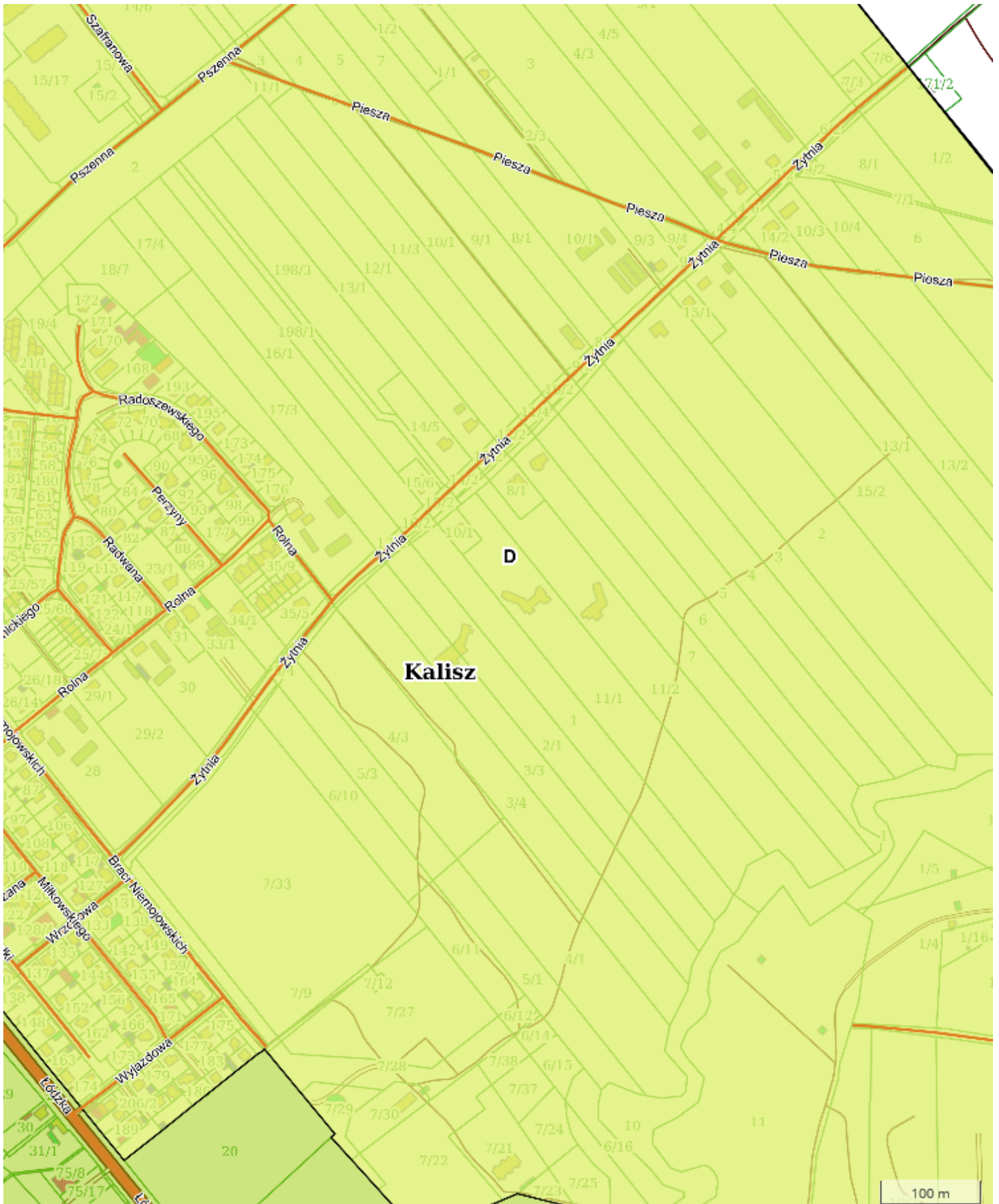
1:5000

Strona 25 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 25

X: 433626.60 Y: 439933.17



X: 432419.86 Y: 438940.96

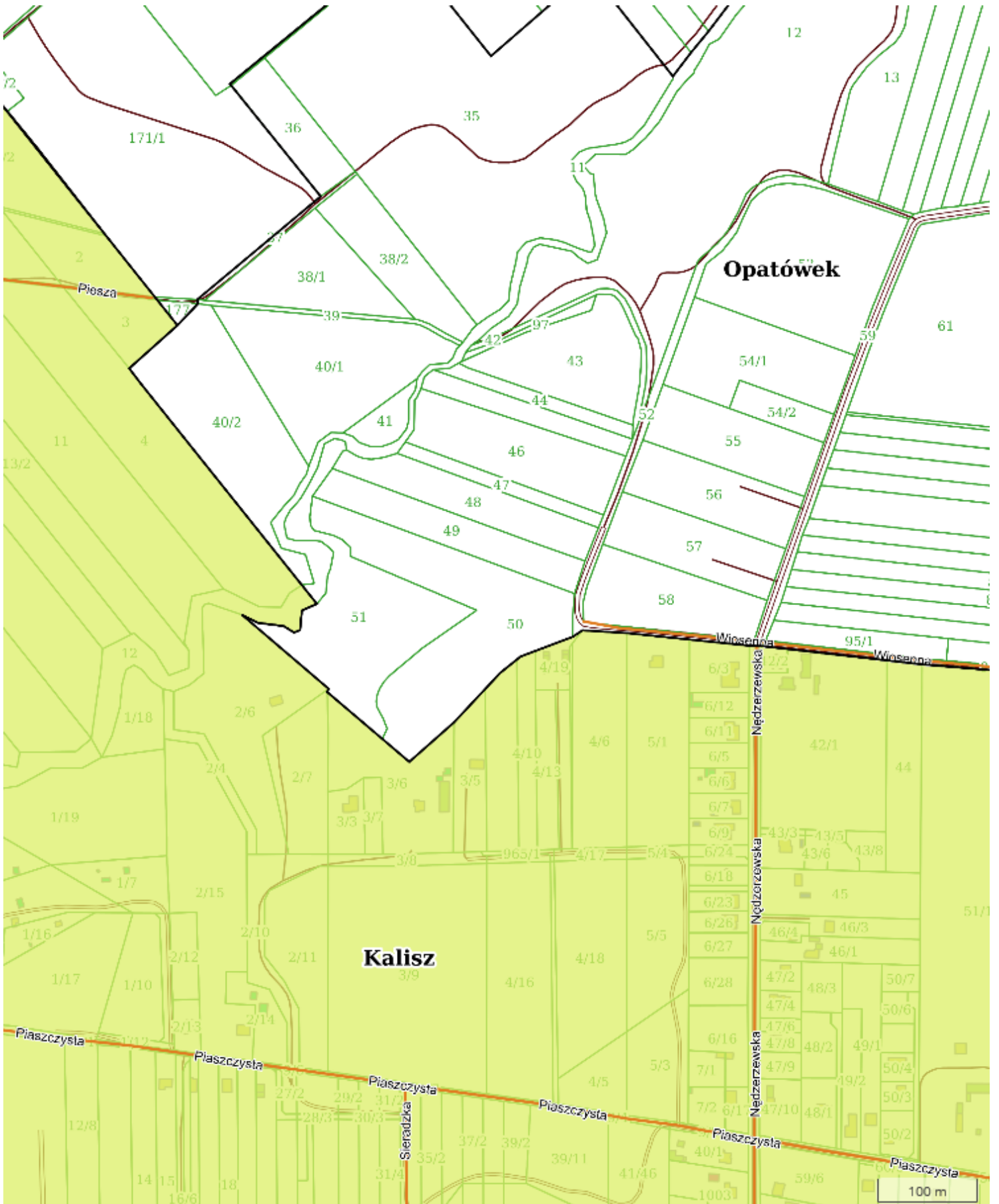
1:5000

Strona 26 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 26

X: 433624.60 Y: 440867.99



X: 432417.86 Y: 439875.78

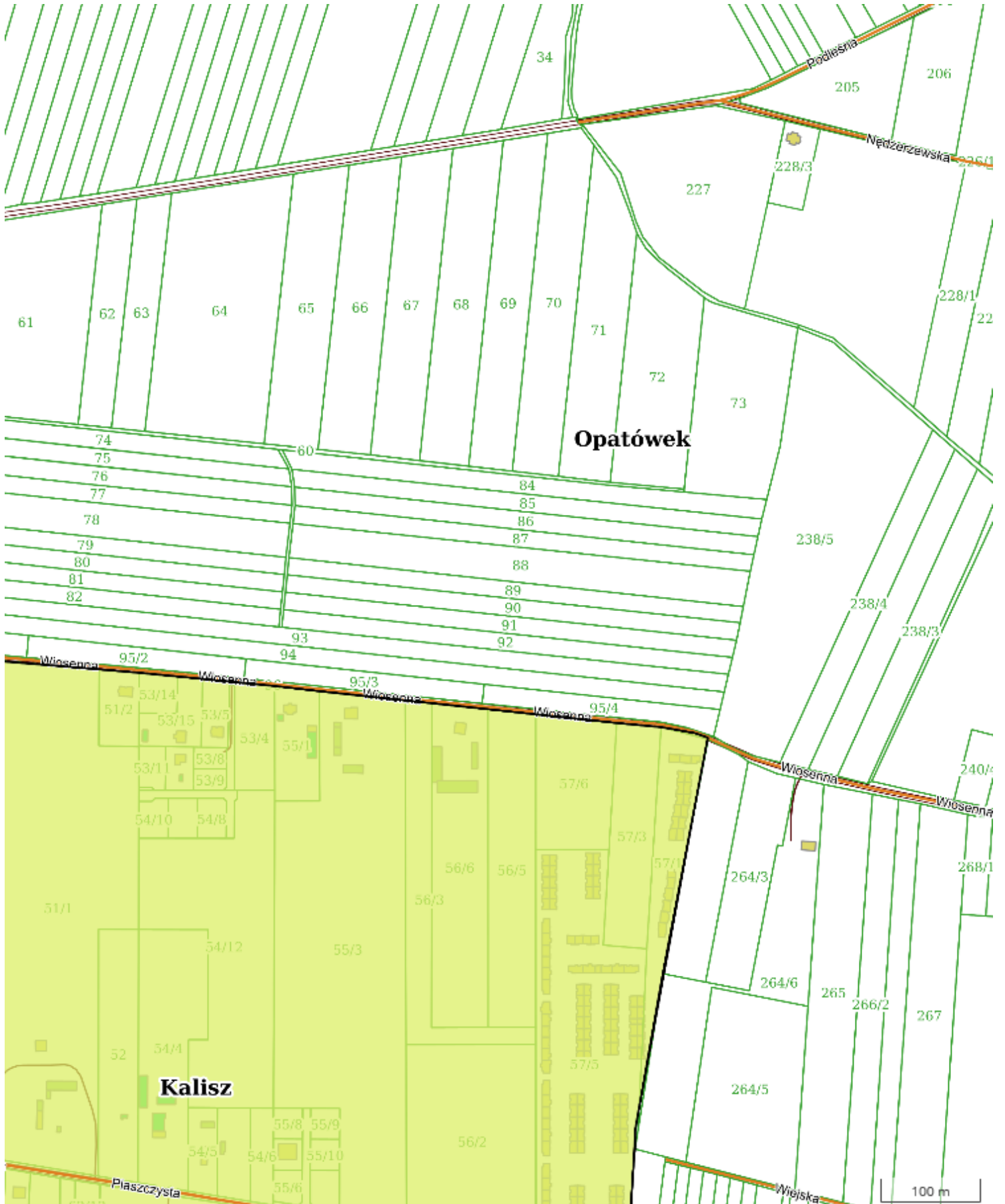
1:5000

Strona 27 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 27

X: 433622.16 Y: 441789.54



X: 432415.41 Y: 440797.32

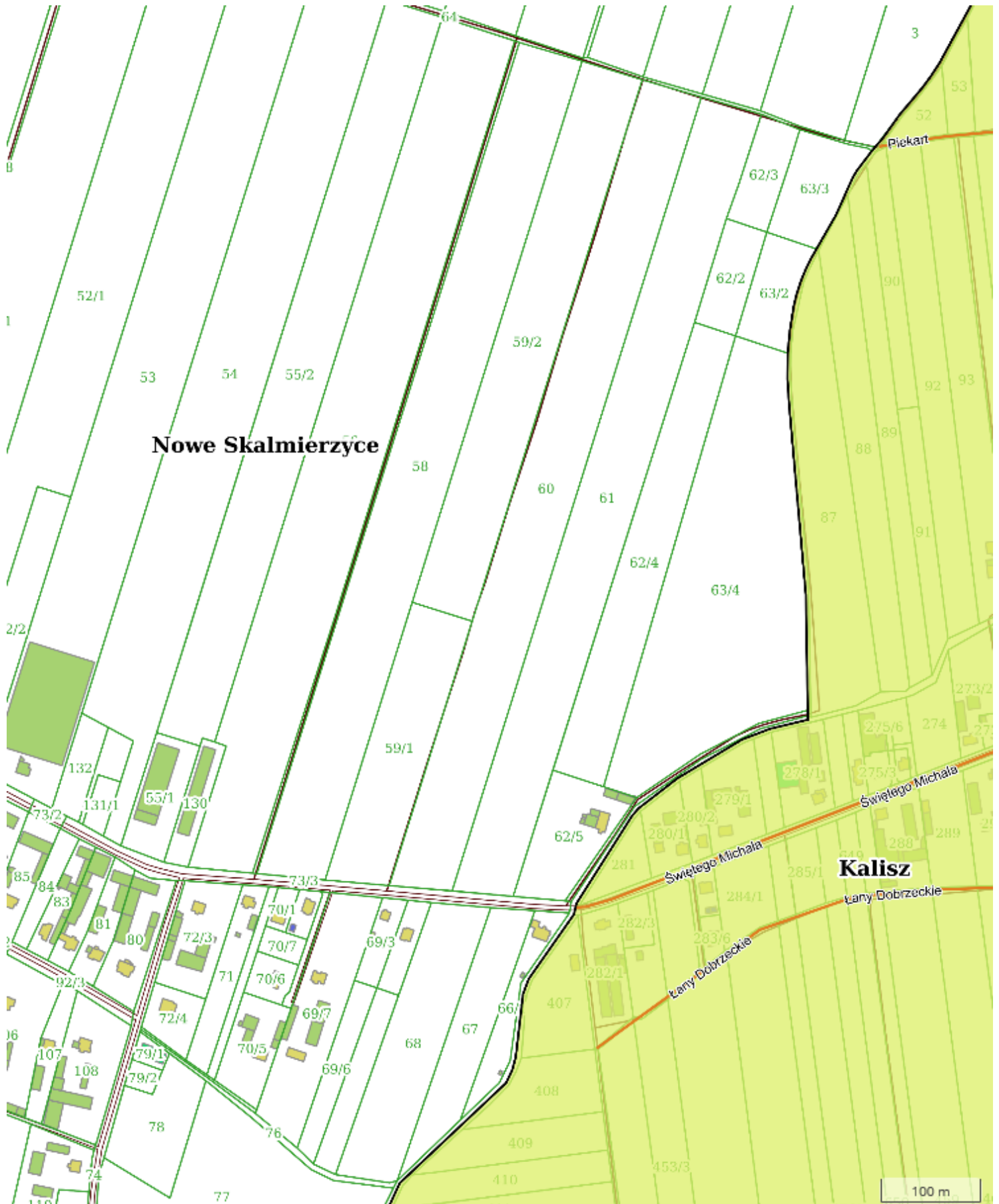
1:5000

Strona 28 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 28

X: 432552.66 Y: 431593.55



X: 431345.92 Y: 430601.34

1:5000

Strona 29 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 29

X: 432552.66 Y: 432503.72



X: 431345.92 Y: 431511.51

1:5000

Strona 30 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 30

X: 432554.31 Y: 433430.50



X: 431347.56 Y: 432438.29

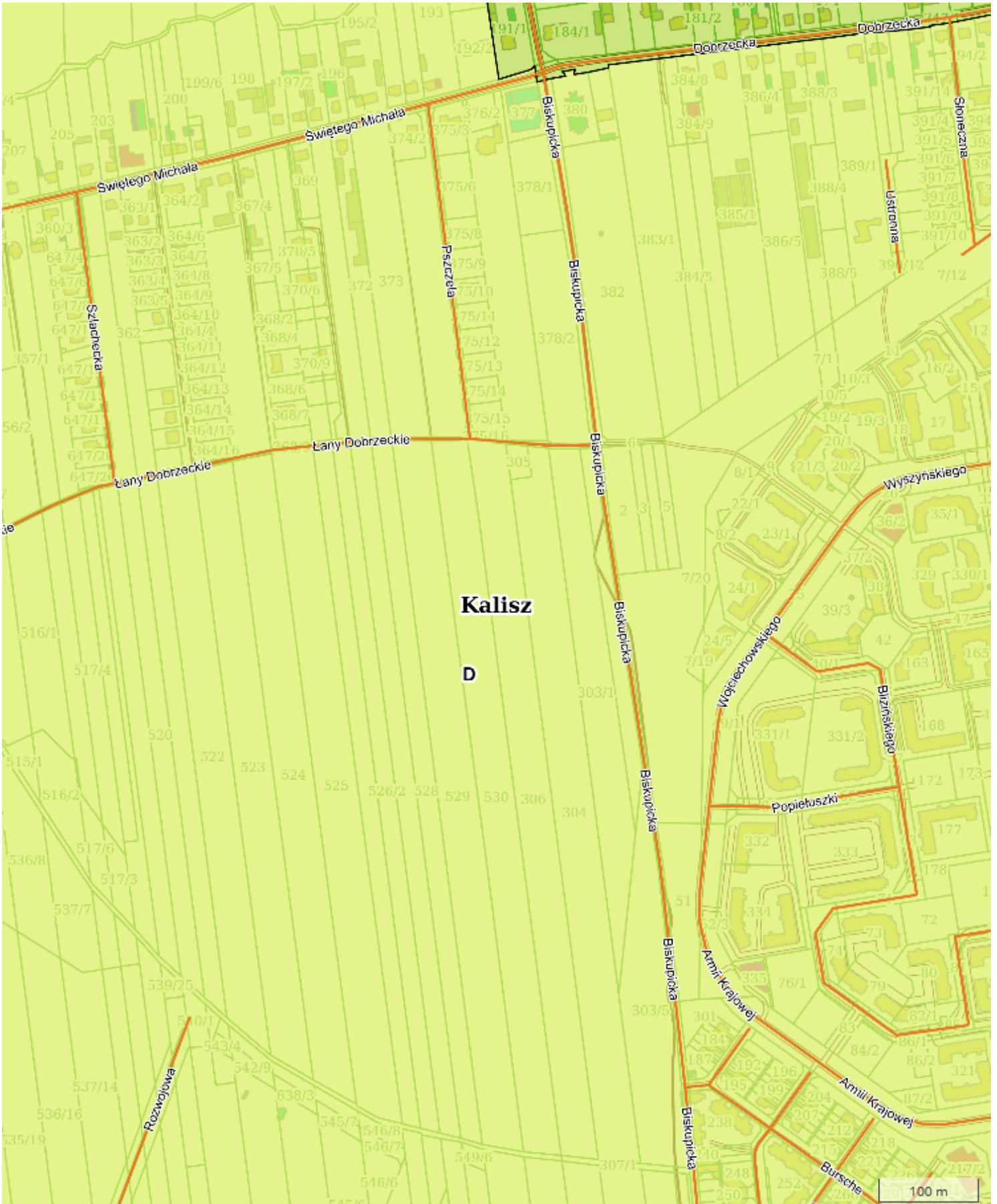
1:5000

Strona 31 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 31

X: 432554.69 Y: 434371.64



X: 431347.95 Y: 433379.43

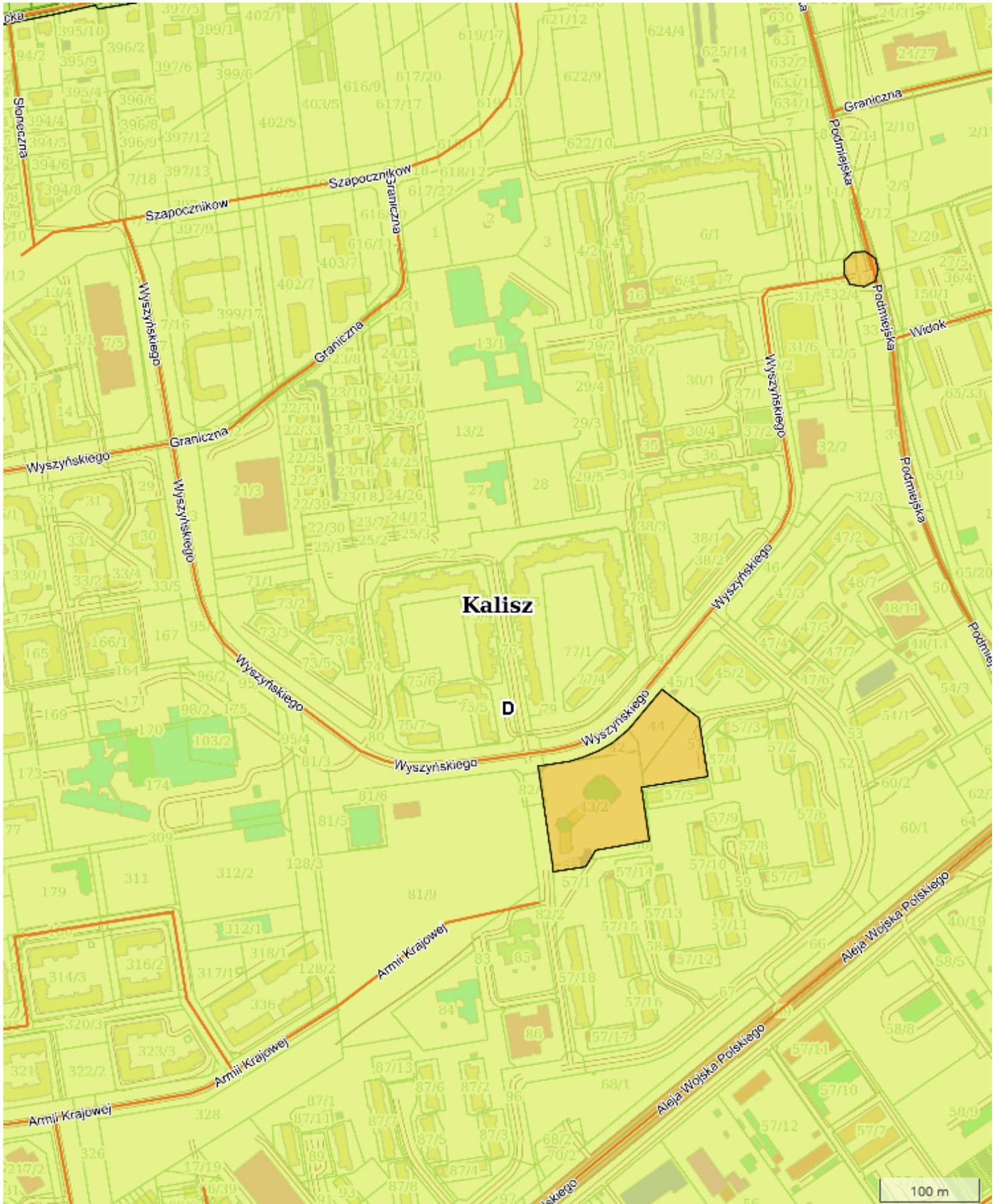
1:5000

Strona 32 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 32

X: 432554.96 Y: 435311.44



X: 431348.21 Y: 434319.23

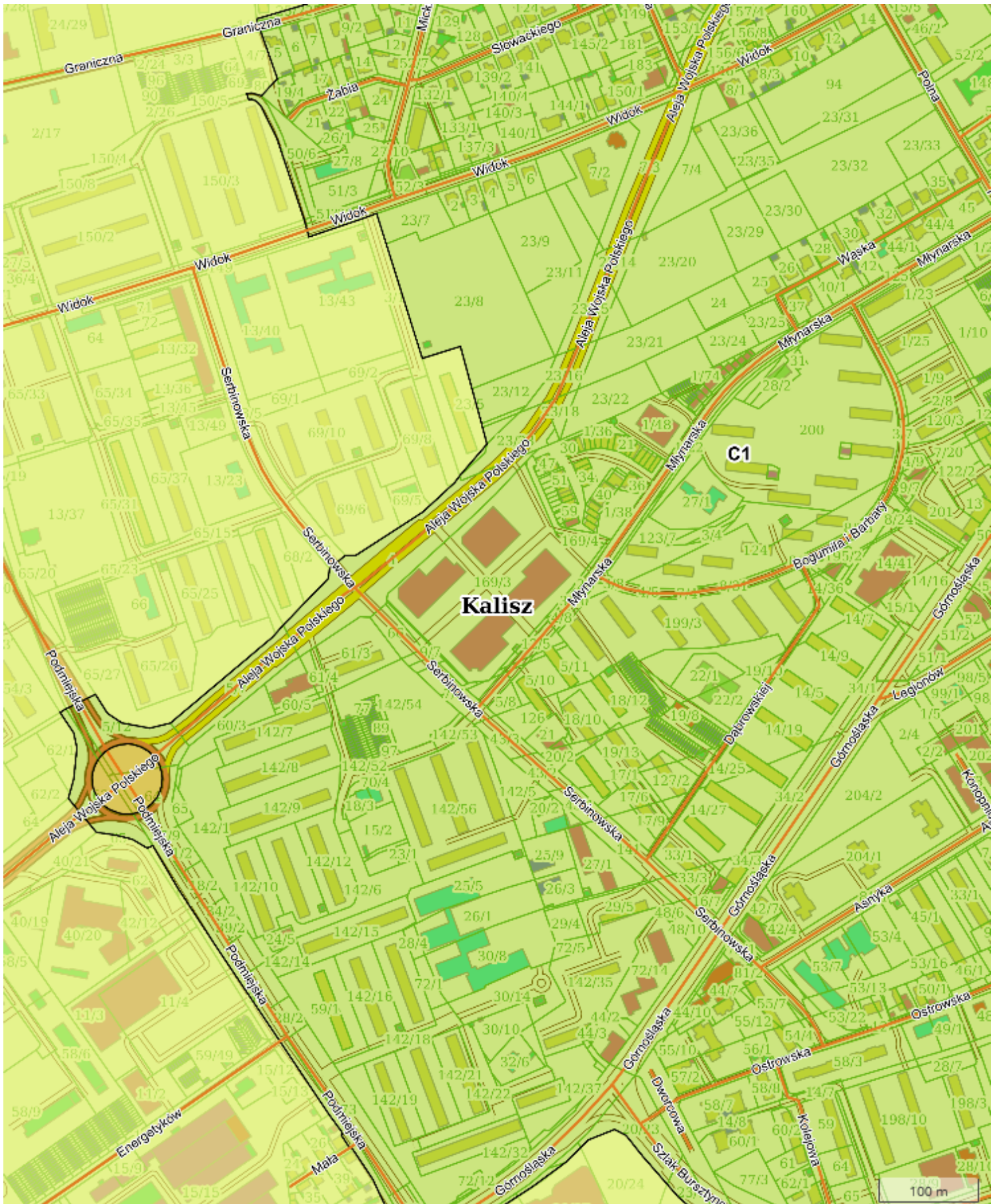
1:5000

Strona 33 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 33

X: 432554.95 Y: 436247.00



X: 431348.21 Y: 435254.78

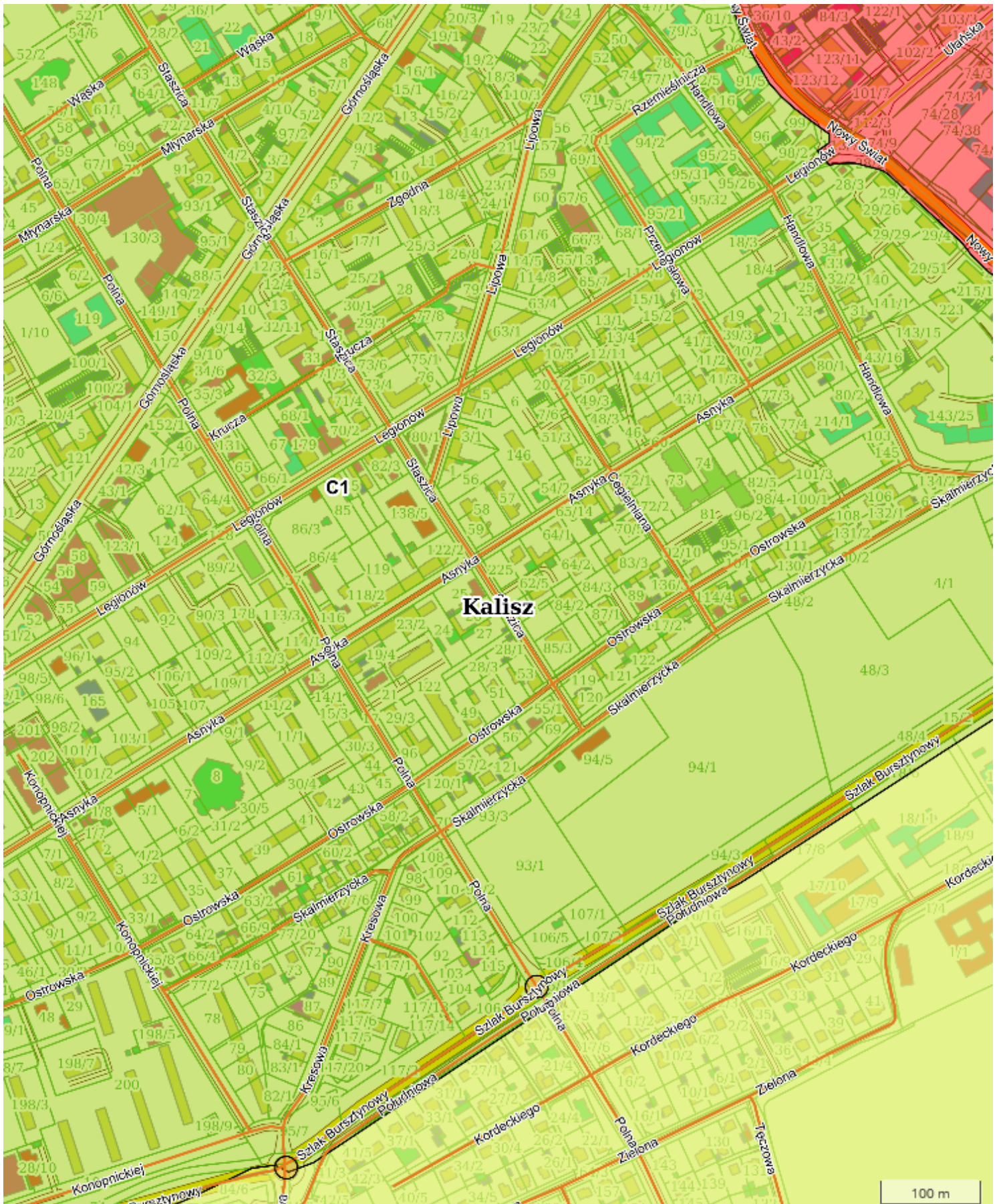
1:5000

Strona 34 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 34

X: 432554.39 Y: 437184.98



X: 431347.64 Y: 436192.77

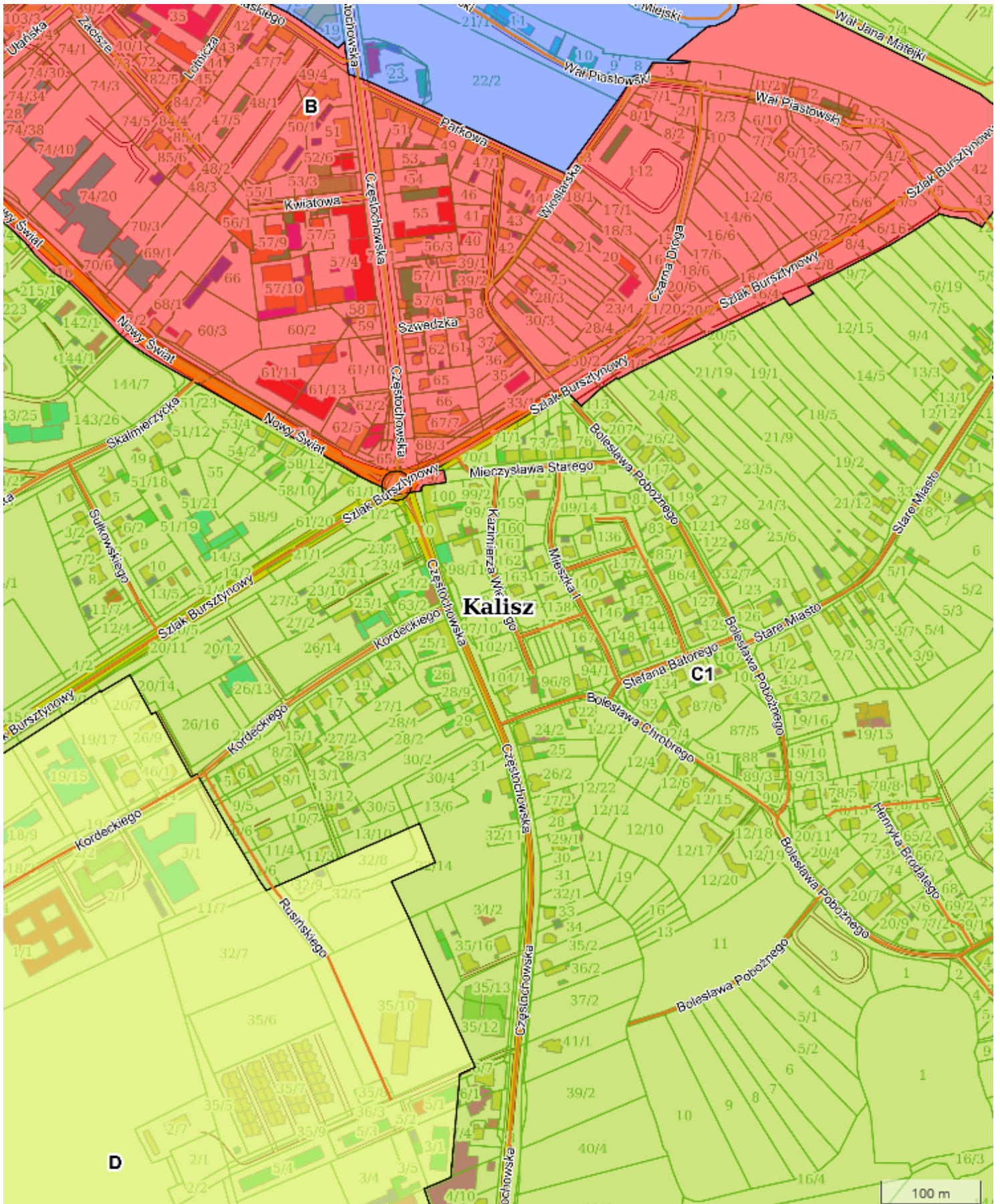
1:5000

Strona 35 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 35

X: 432554.18 Y: 438118.67



X: 431347.44 Y: 437126.46

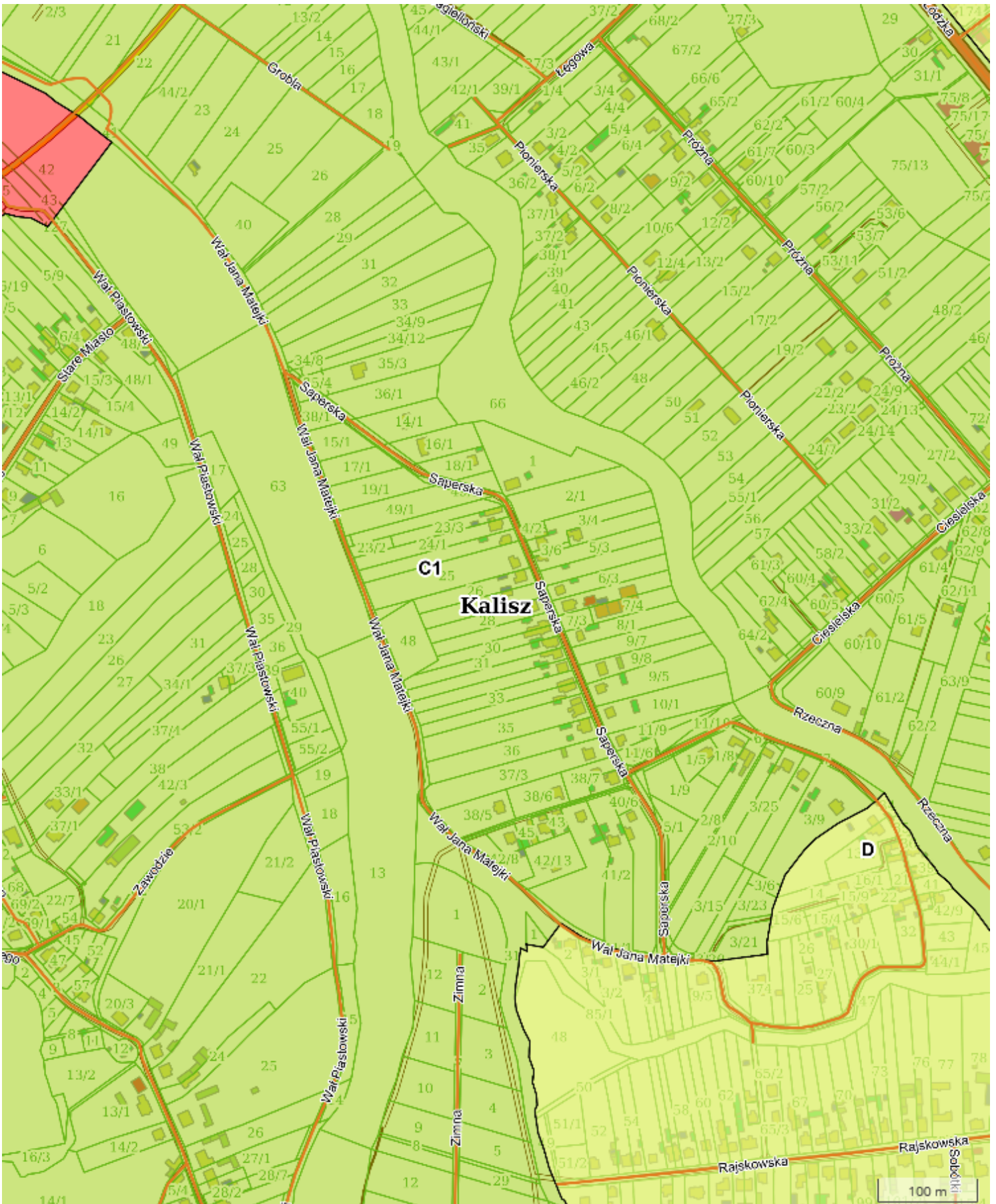
1:5000

Strona 36 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 36

X: 432554.15 Y: 439048.43



X: 431347.41 Y: 438056.22

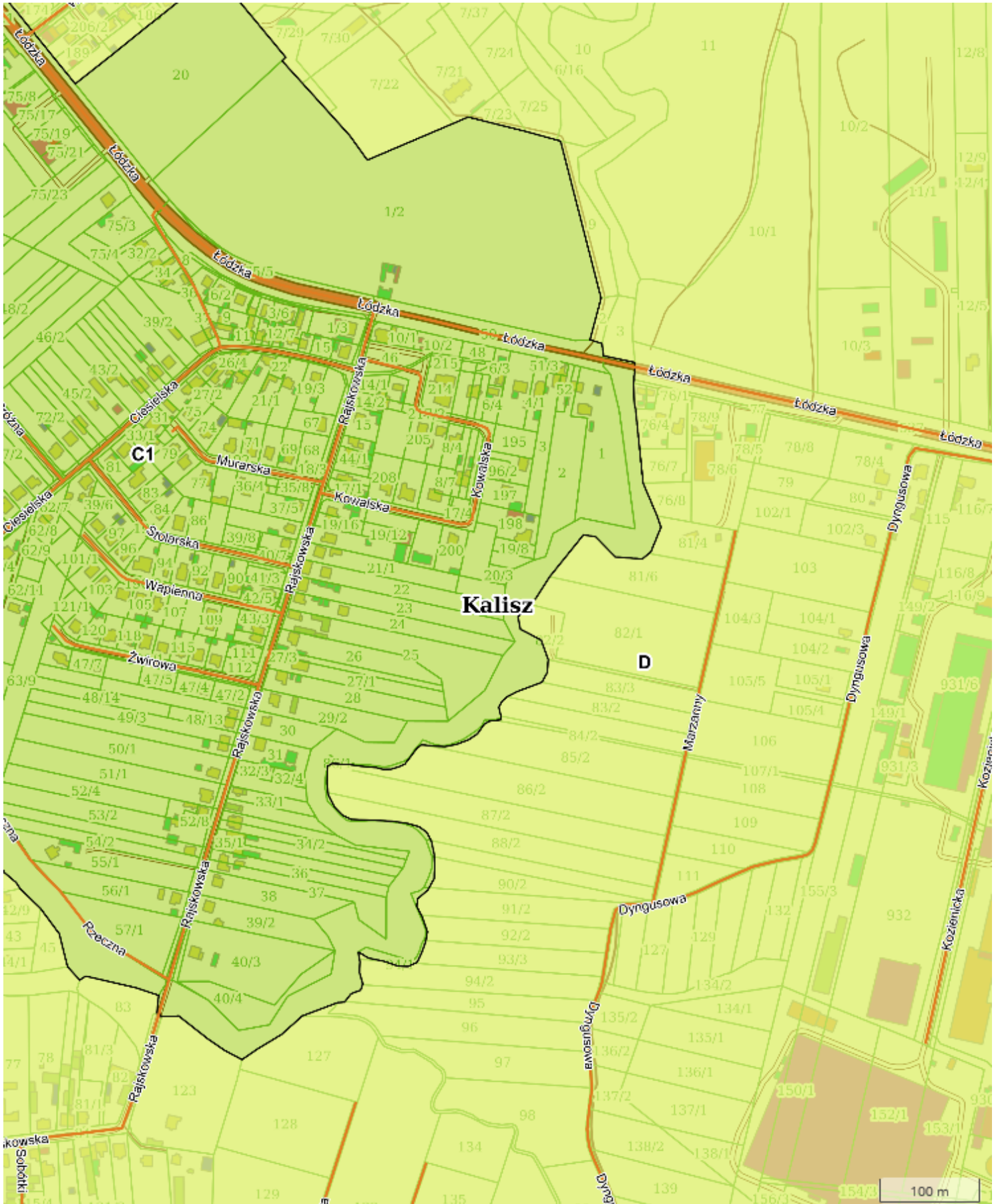
1:5000

Strona 37 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 37

X: 432554.28 Y: 439981.84



X: 431347.54 Y: 438989.63

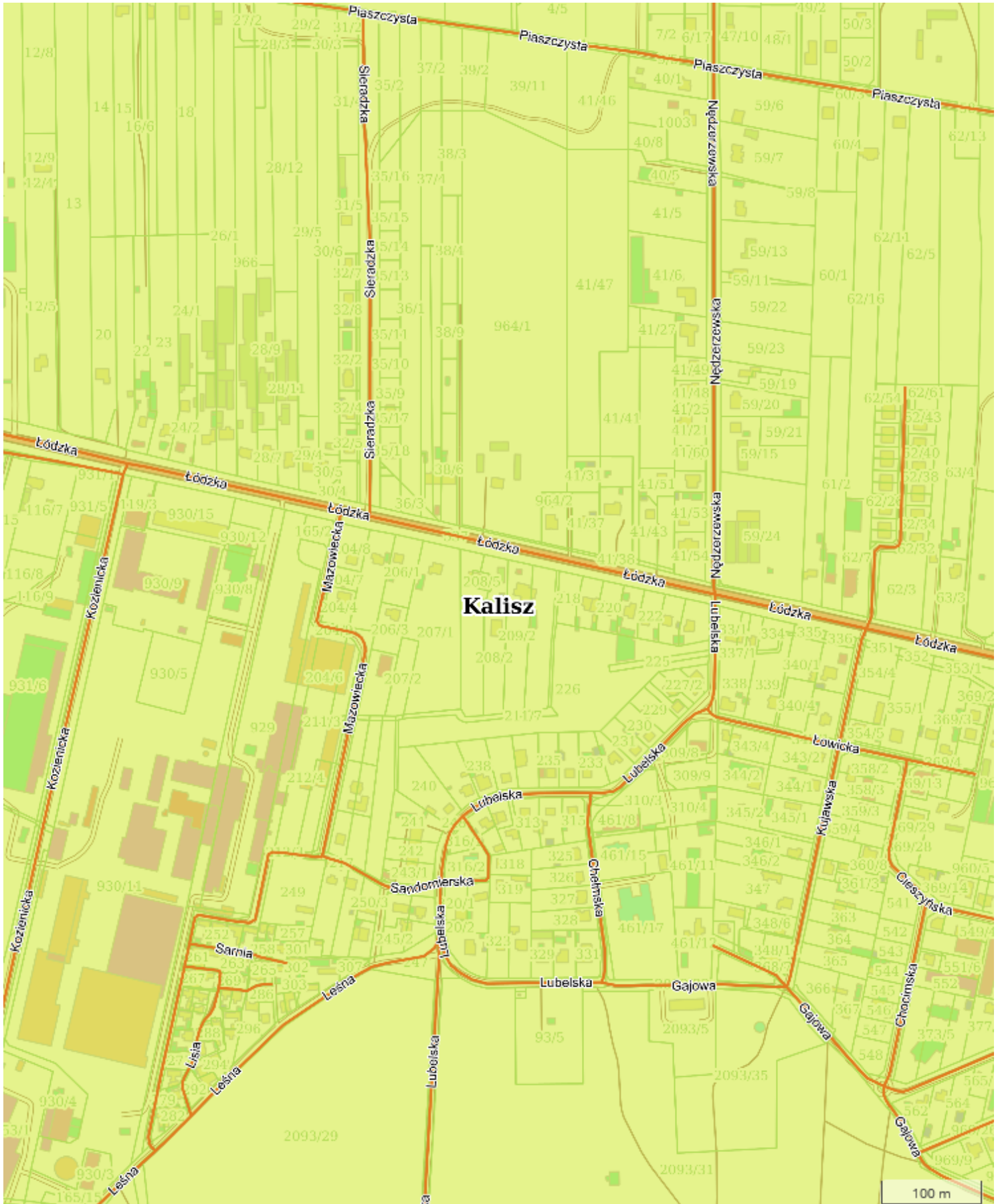
1:5000

Strona 38 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 38

X: 432554.28 Y: 440911.59



X: 431347.54 Y: 439919.37

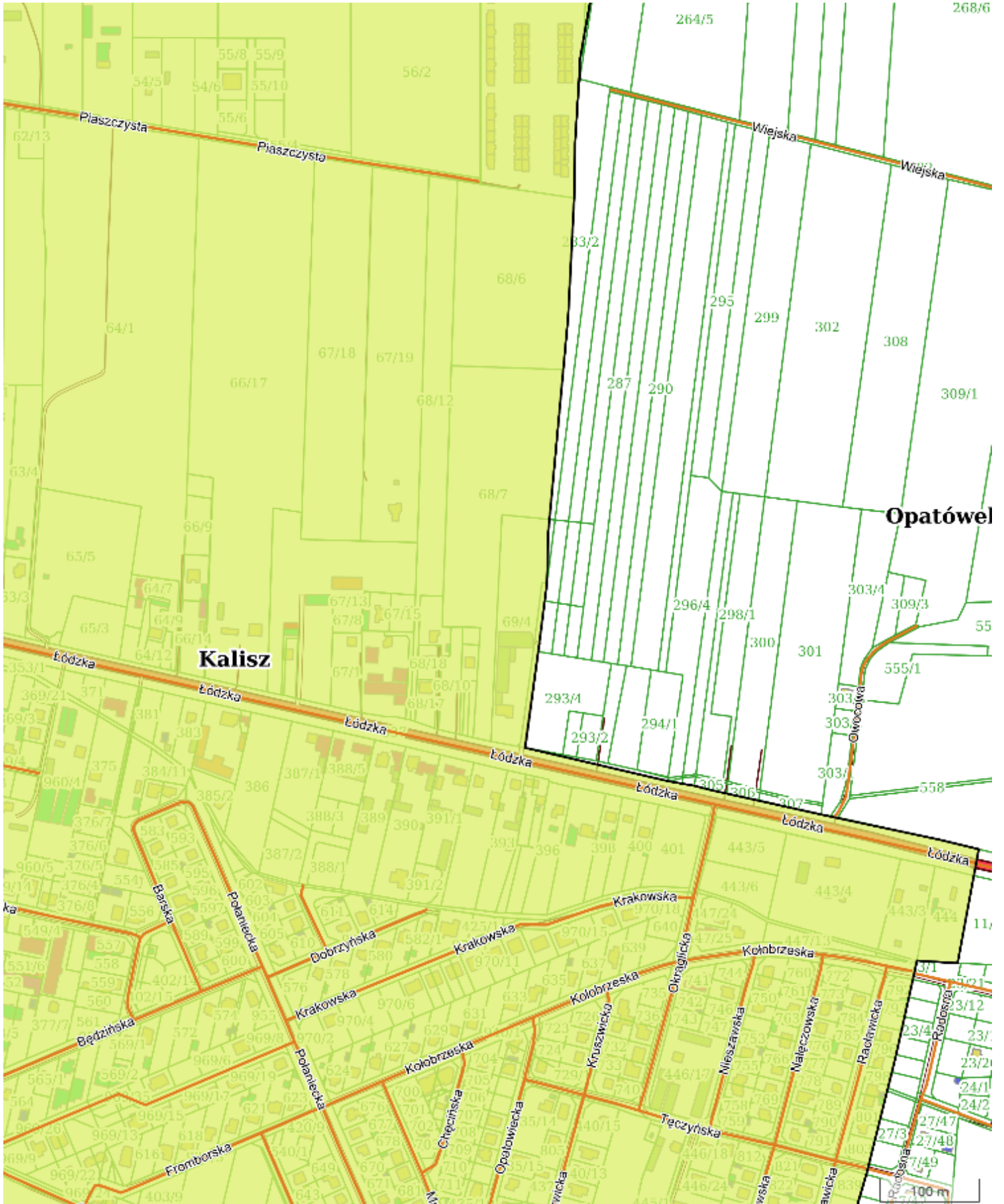
1:5000

Strona 39 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 39

X: 432554.40 Y: 441843.58



X: 431347.66 Y: 440851.37

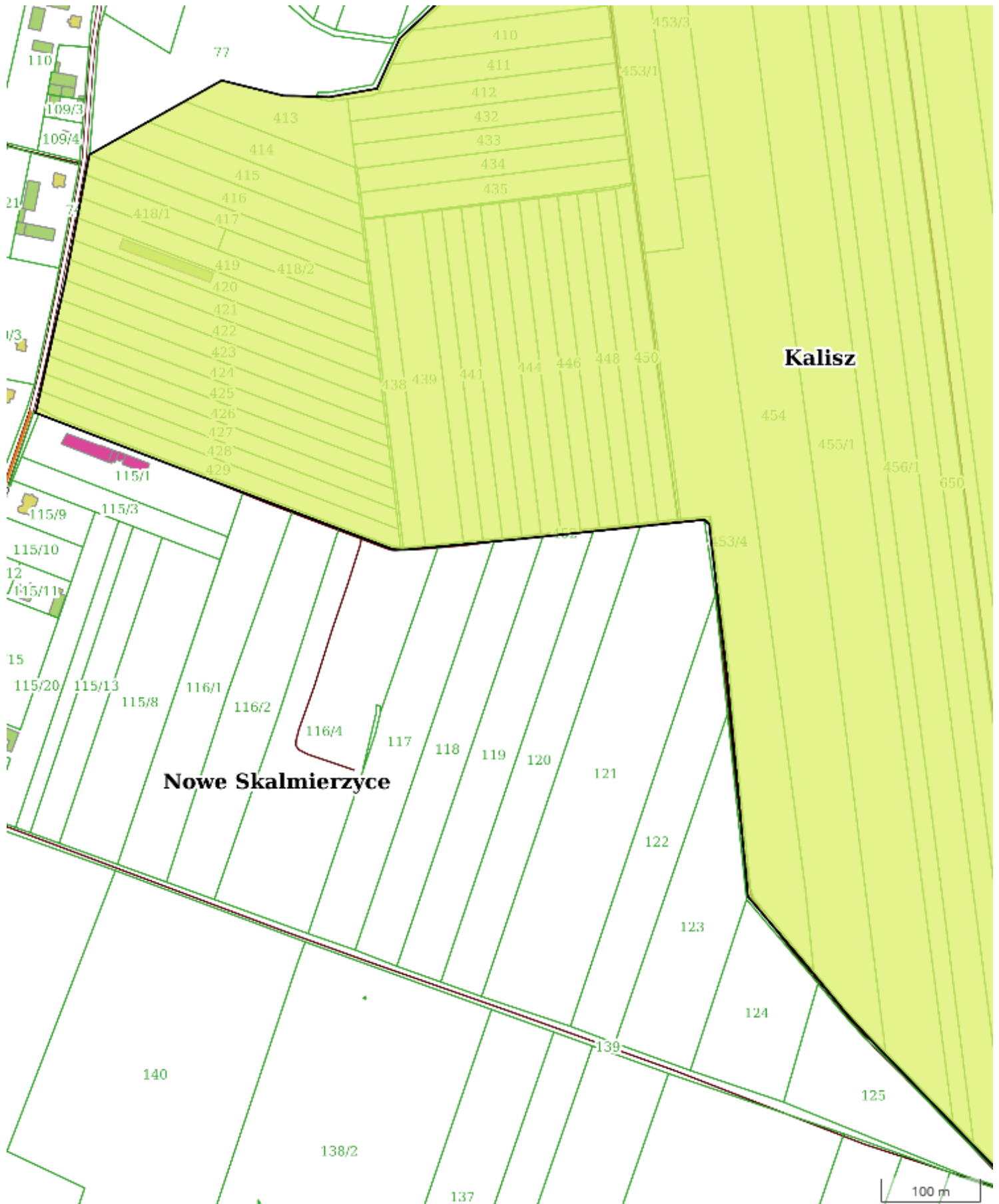
1:5000

Strona 40 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 40

X: 431407.95 Y: 431593.40



X: 430201.21 Y: 430601.19

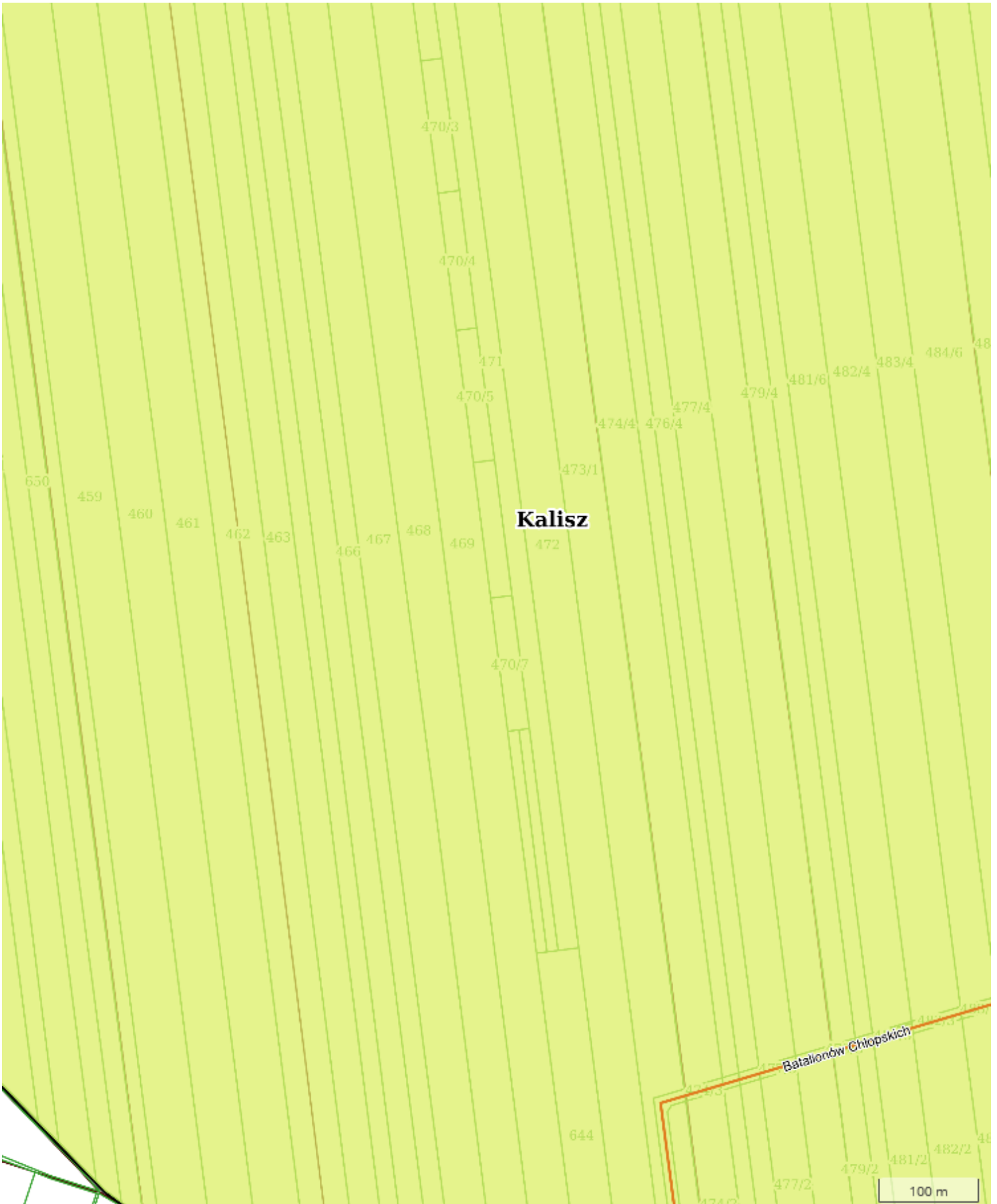
1:5000

Strona 41 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 41

X: 431408.03 Y: 432504.00



X: 431408.26 Y: 433430.67



X: 430201.51 Y: 432438.45

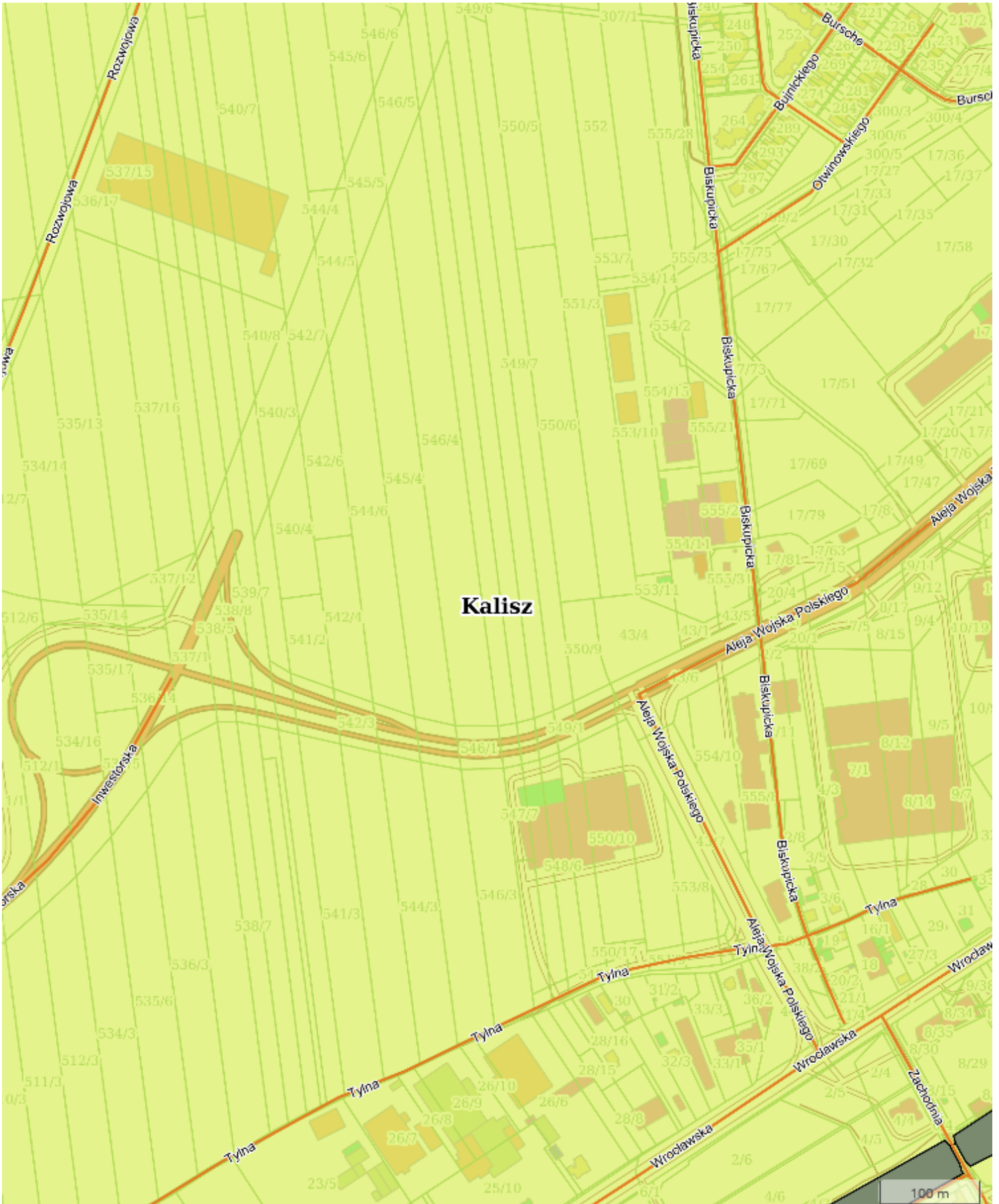
1:5000

Strona 43 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 43

X: 431408.03 Y: 434371.86



X: 430201.29 Y: 433379.65

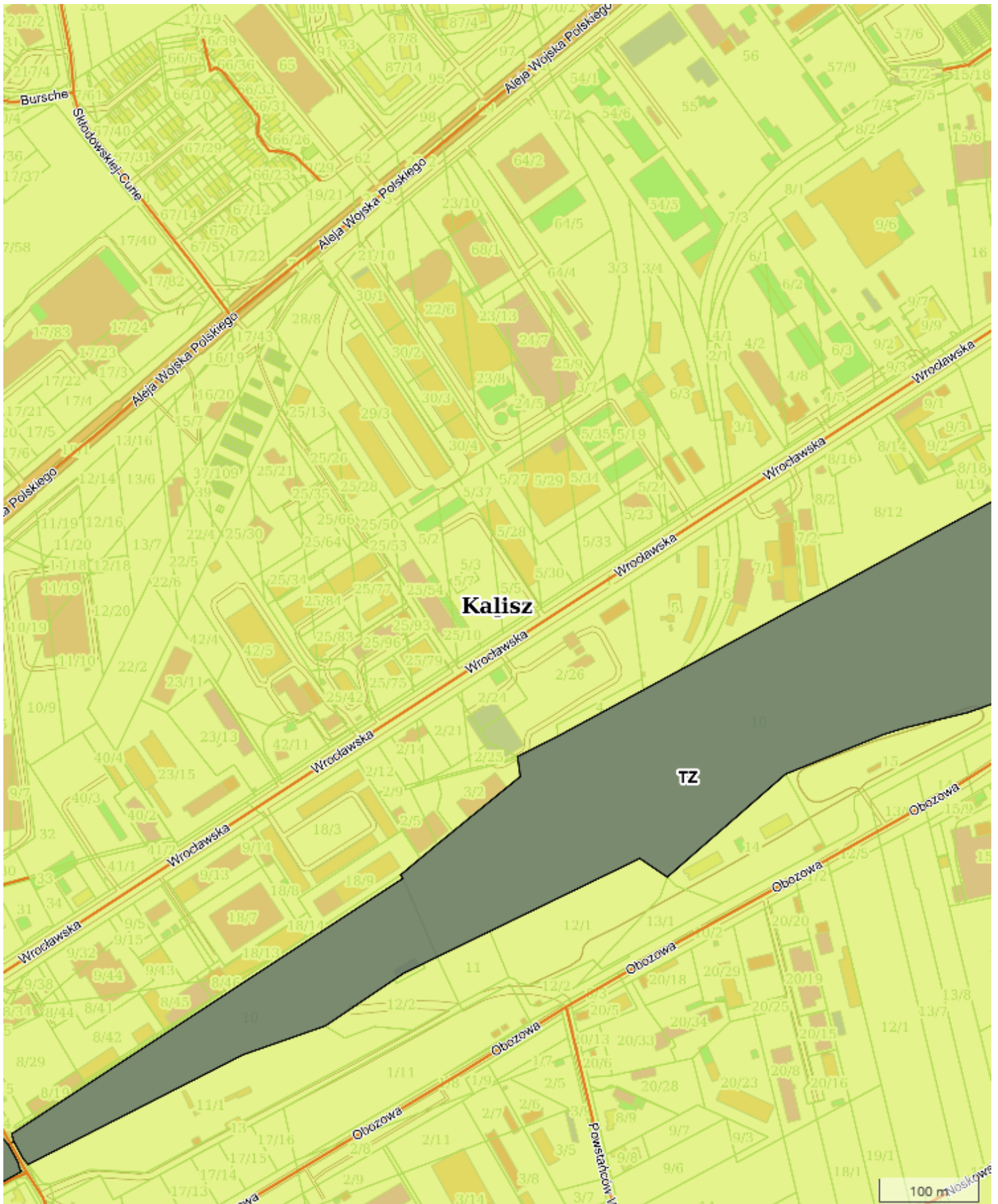
1:5000

Strona 44 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 44

X: 431408.09 Y: 435311.58



X: 430201.34 Y: 434319.37

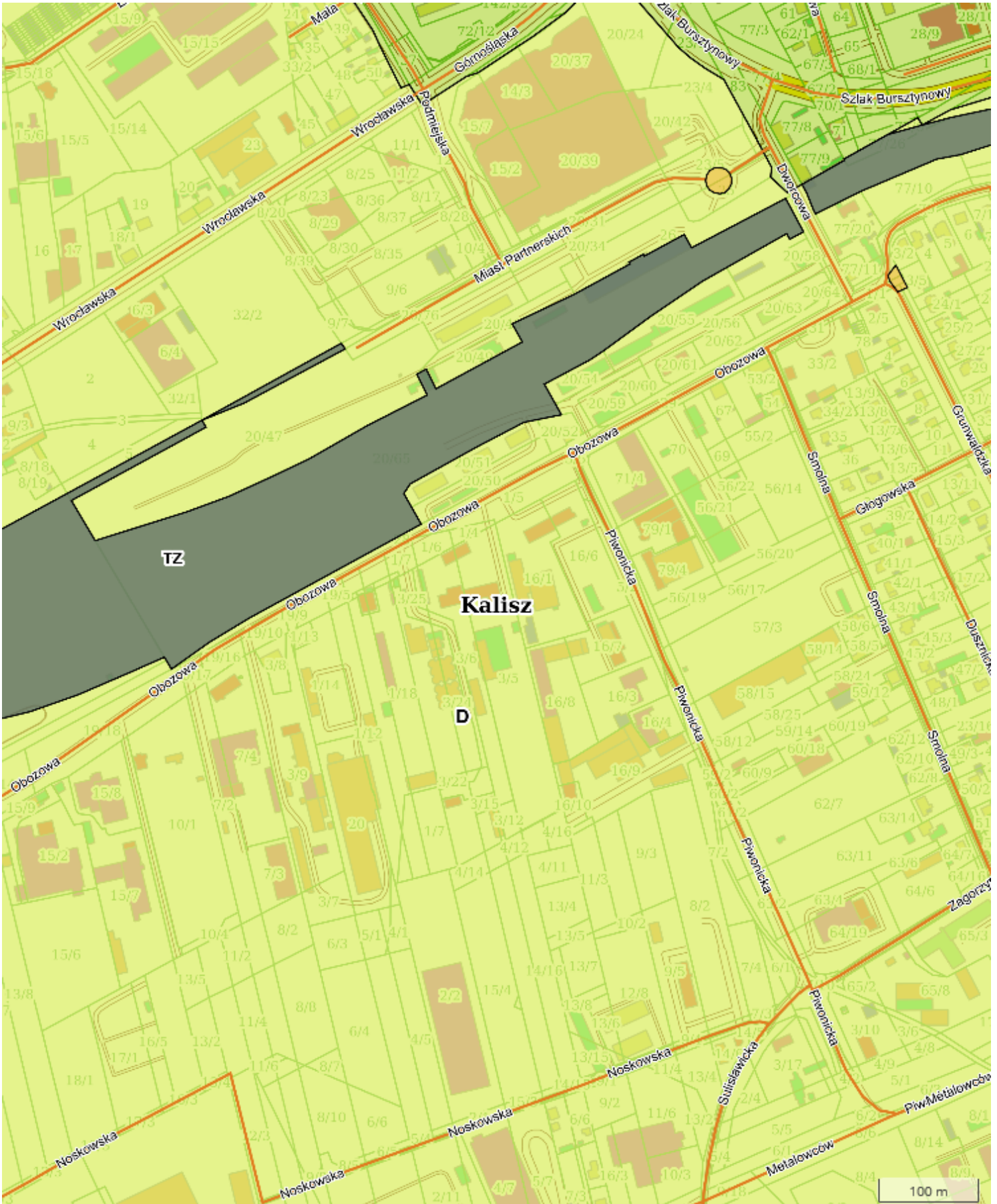
1:5000

Strona 45 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 45

X: 431407.92 Y: 436246.87



X: 430201.17 Y: 435254.66

1:5000

Strona 46 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 46

X: 431407.78 Y: 437185.04



X: 430201.03 Y: 436192.83

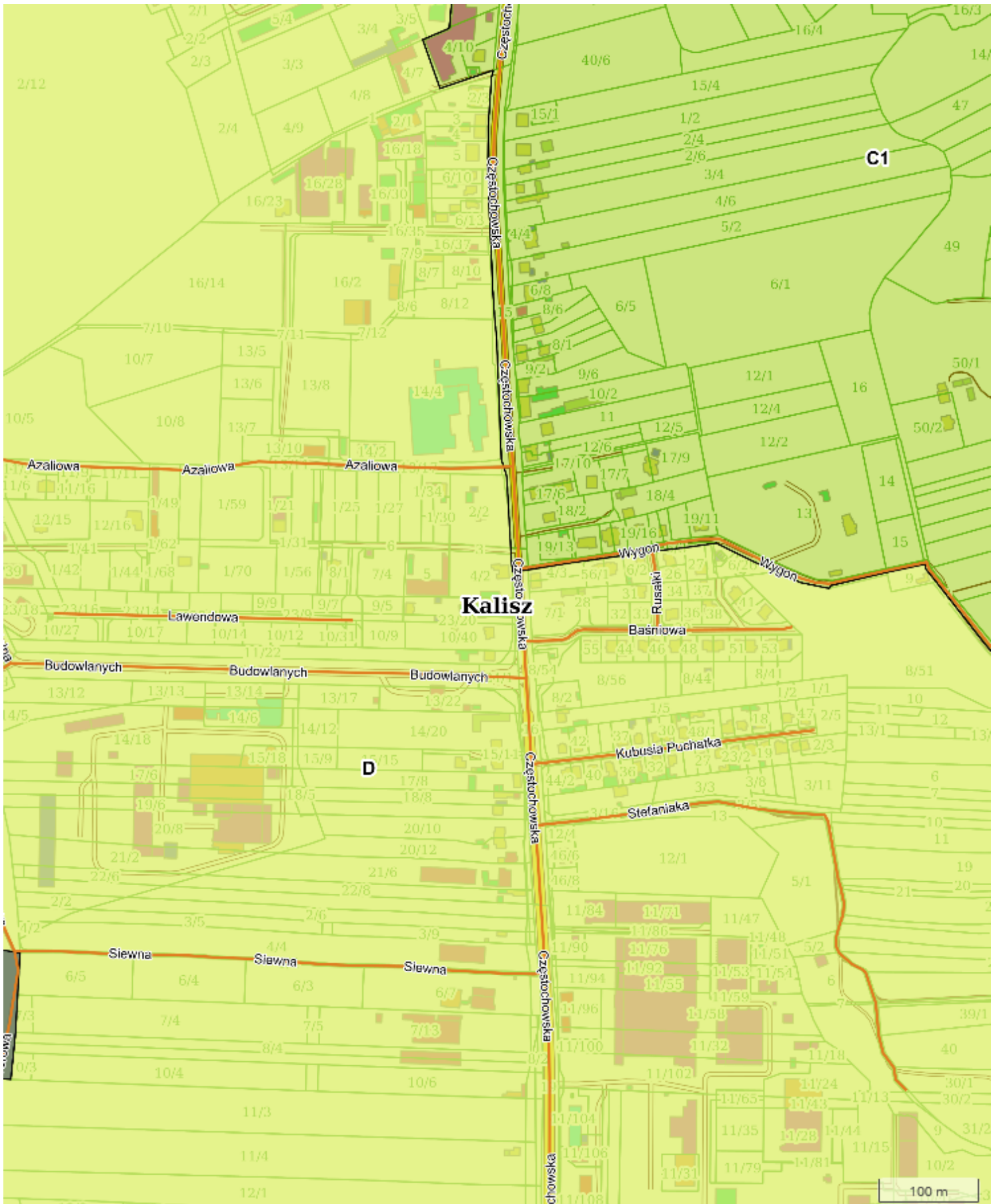
1:5000

Strona 47 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 47

X: 431407.99 Y: 438118.92



X: 430201.24 Y: 437126.71

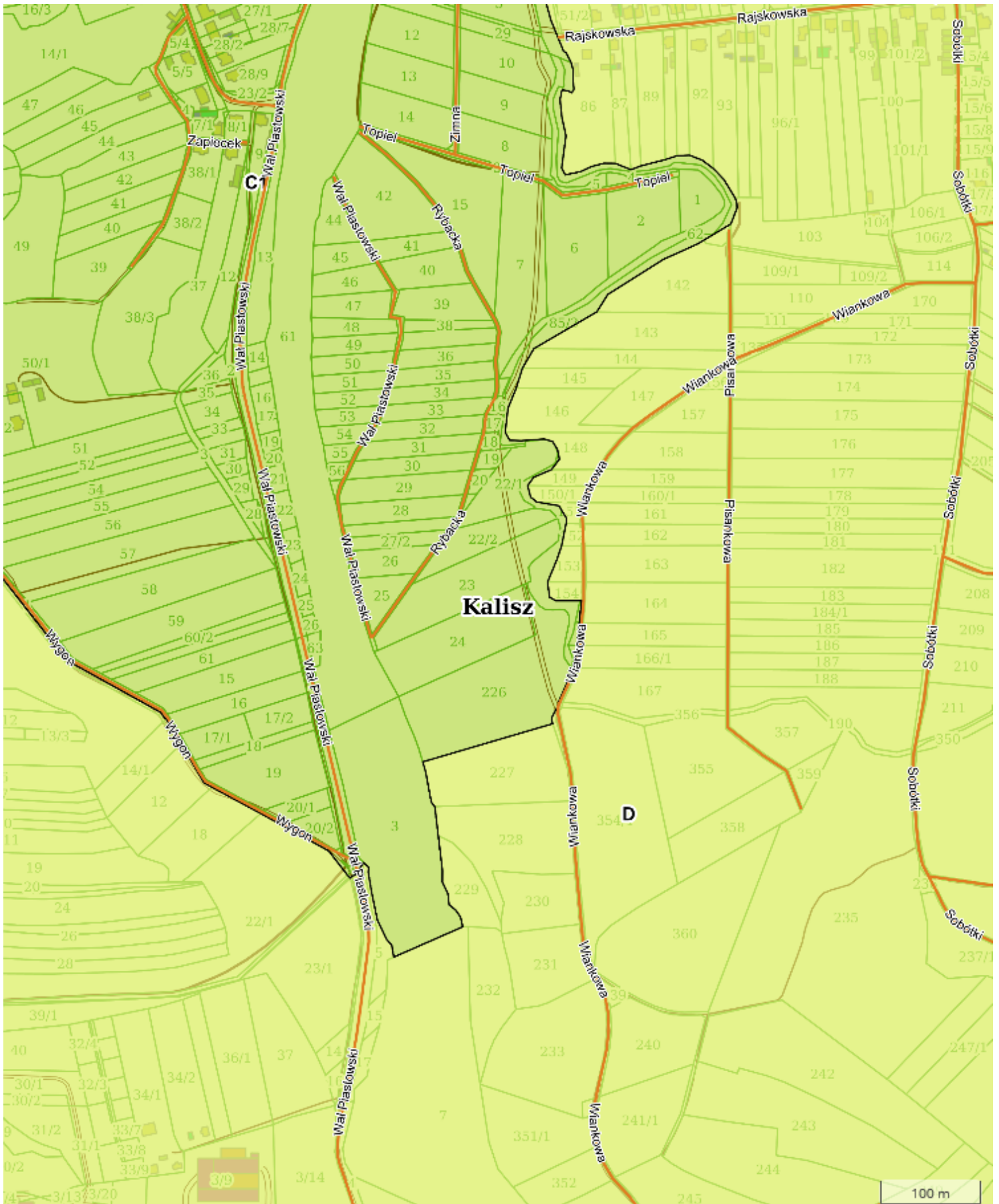
1:5000

Strona 48 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 48

X: 431407.76 Y: 439048.53



X: 430201.02 Y: 438056.32

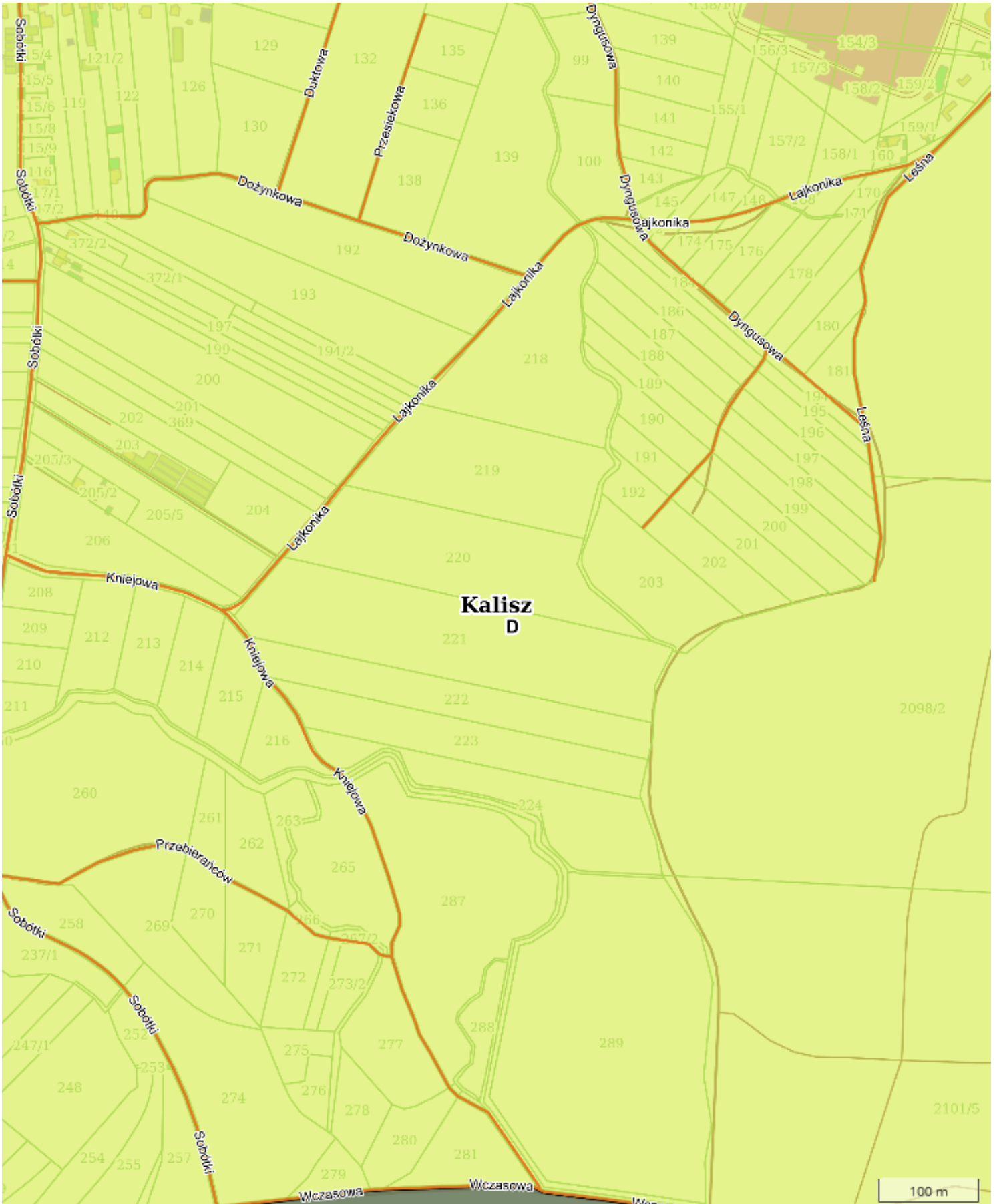
1:5000

Strona 49 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 49

X: 431407.73 Y: 439981.75



X: 430200.99 Y: 438989.54

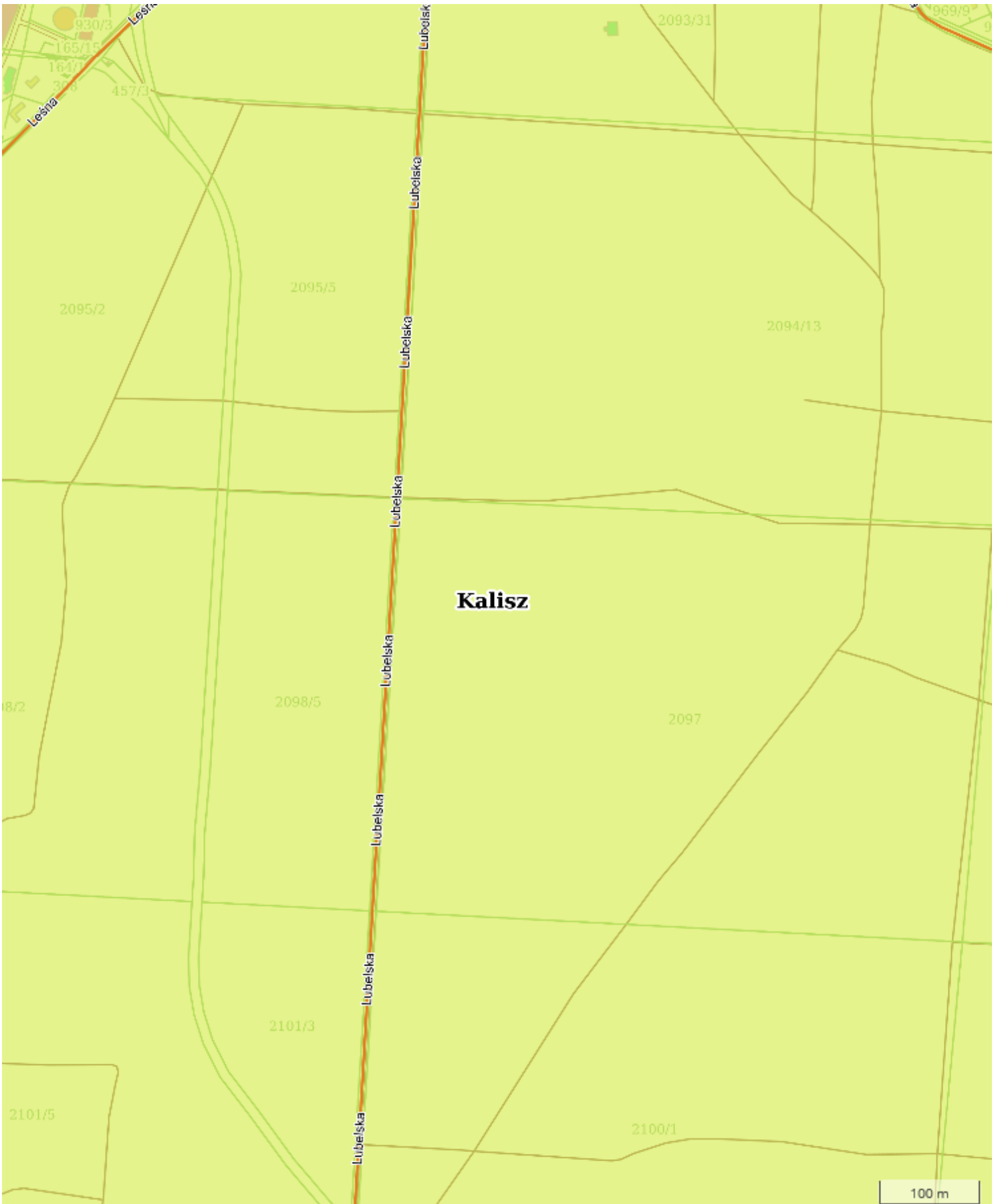
1:5000

Strona 50 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 50

X: 431407.71 Y: 440911.54



X: 430200.97 Y: 439919.32

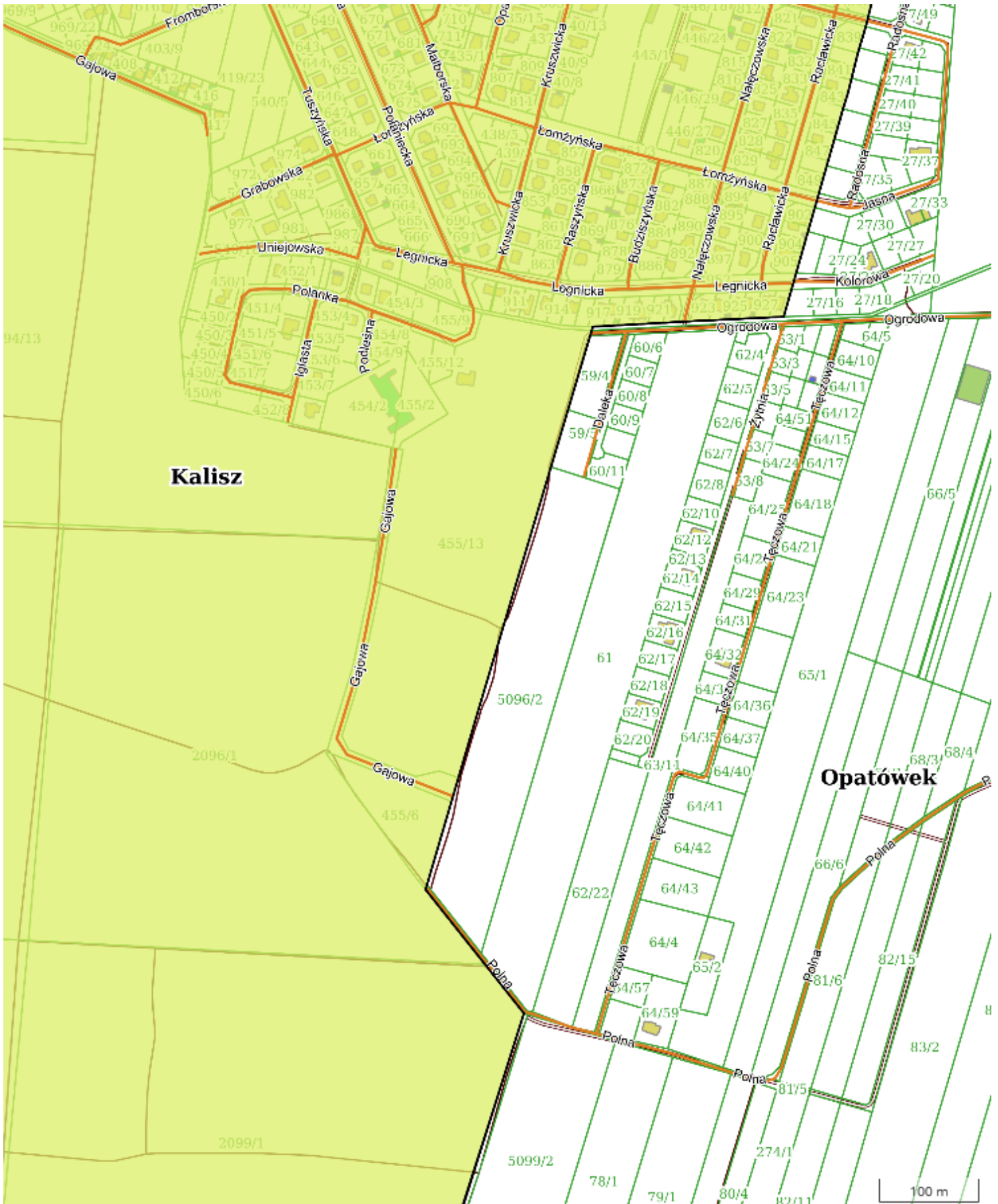
1:5000

Strona 51 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 51

X: 431407.64 Y: 441843.56

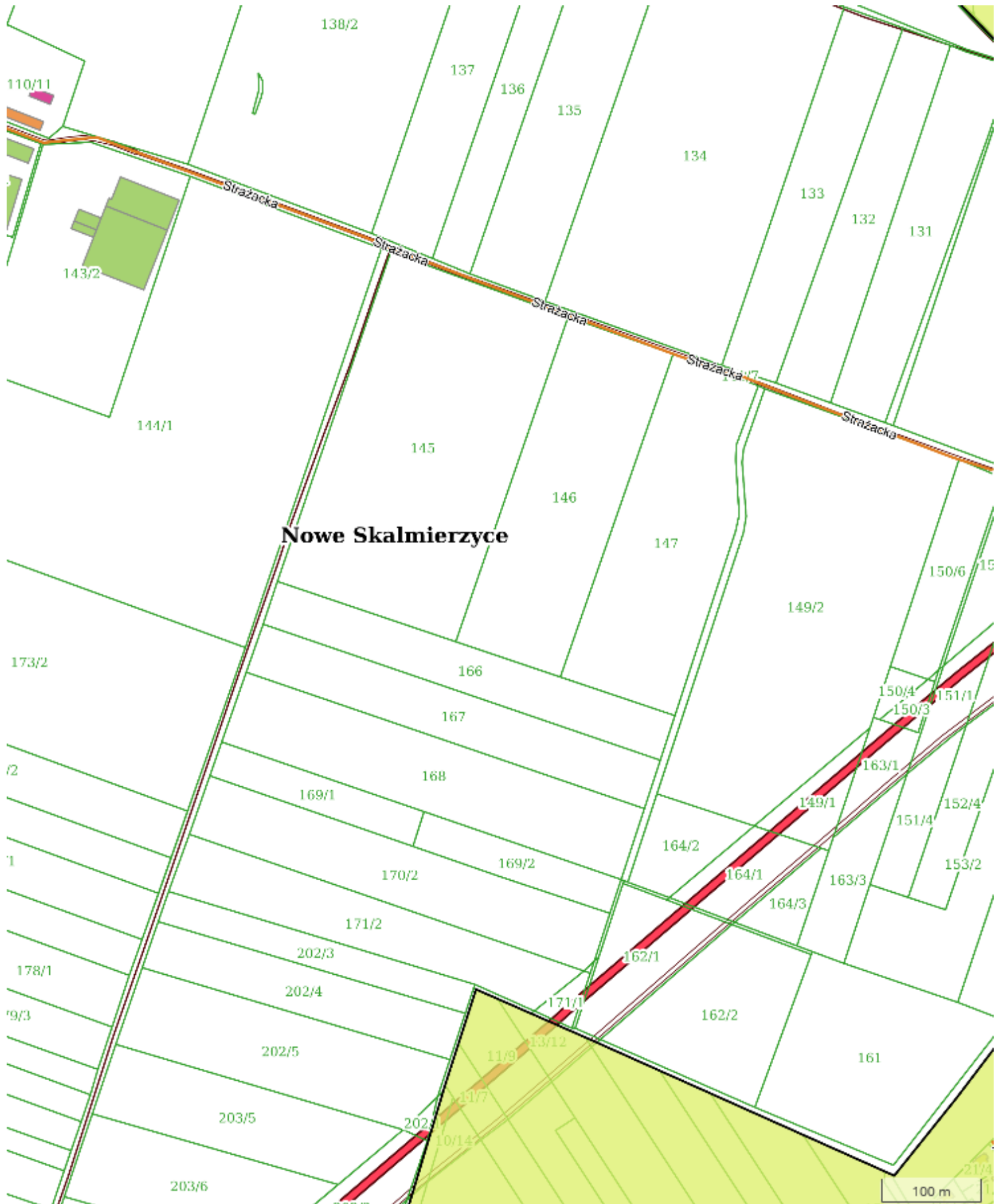


X: 430200.90 Y: 440851.35

1:5000

Strona 52 z 88

X: 430281.07 Y: 431593.28



X: 429074.32 Y: 430601.07

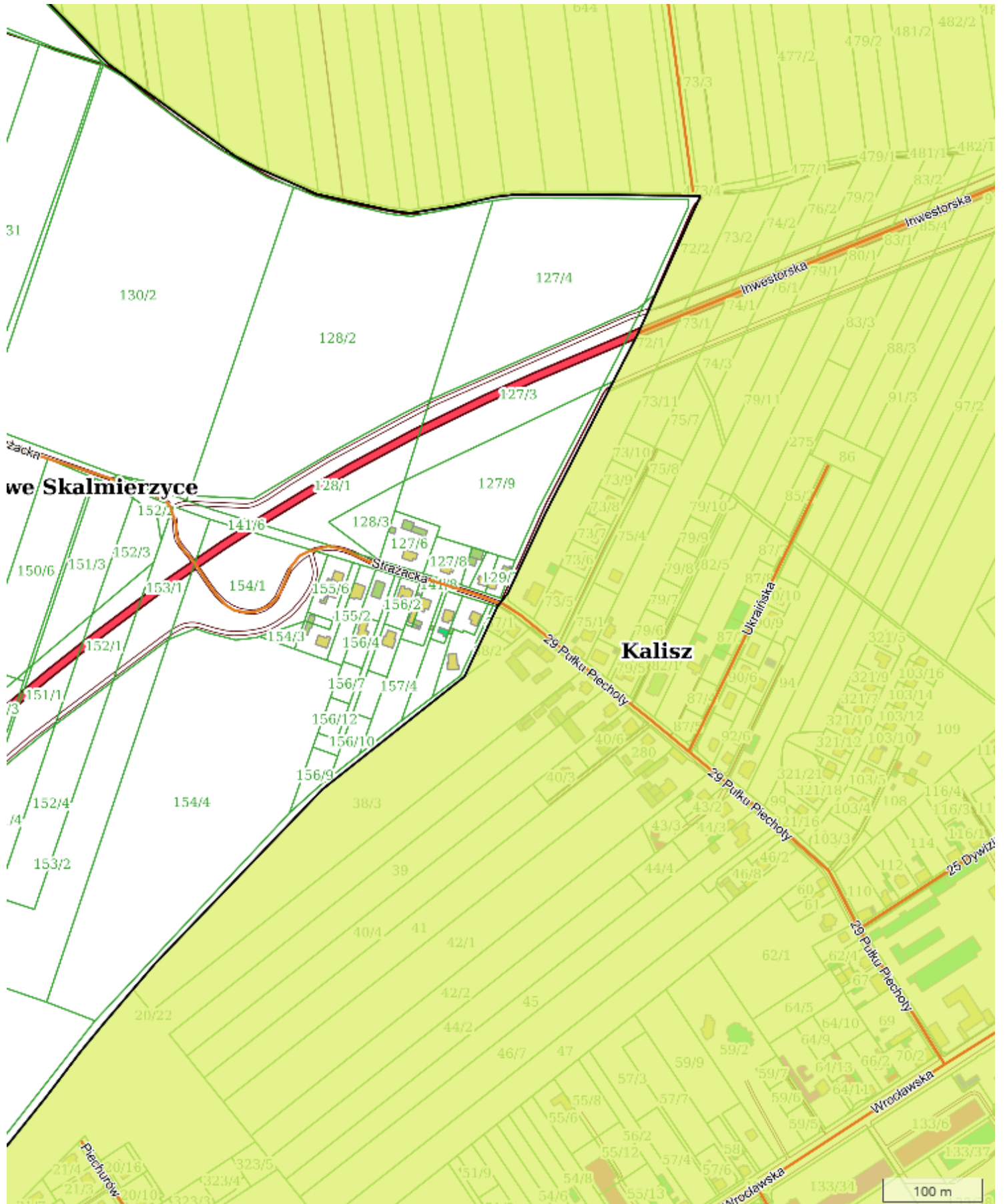
1:5000

Strona 53 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 53

X: 430281.16 Y: 432504.20



X: 429074.42 Y: 431511.99

1:5000

Strona 54 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 54

X: 430280.90 Y: 433431.03



X: 429074.16 Y: 432438.82

1:5000

Strona 55 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 55

X: 430281.11 Y: 434371.80



X: 429074.37 Y: 433379.58

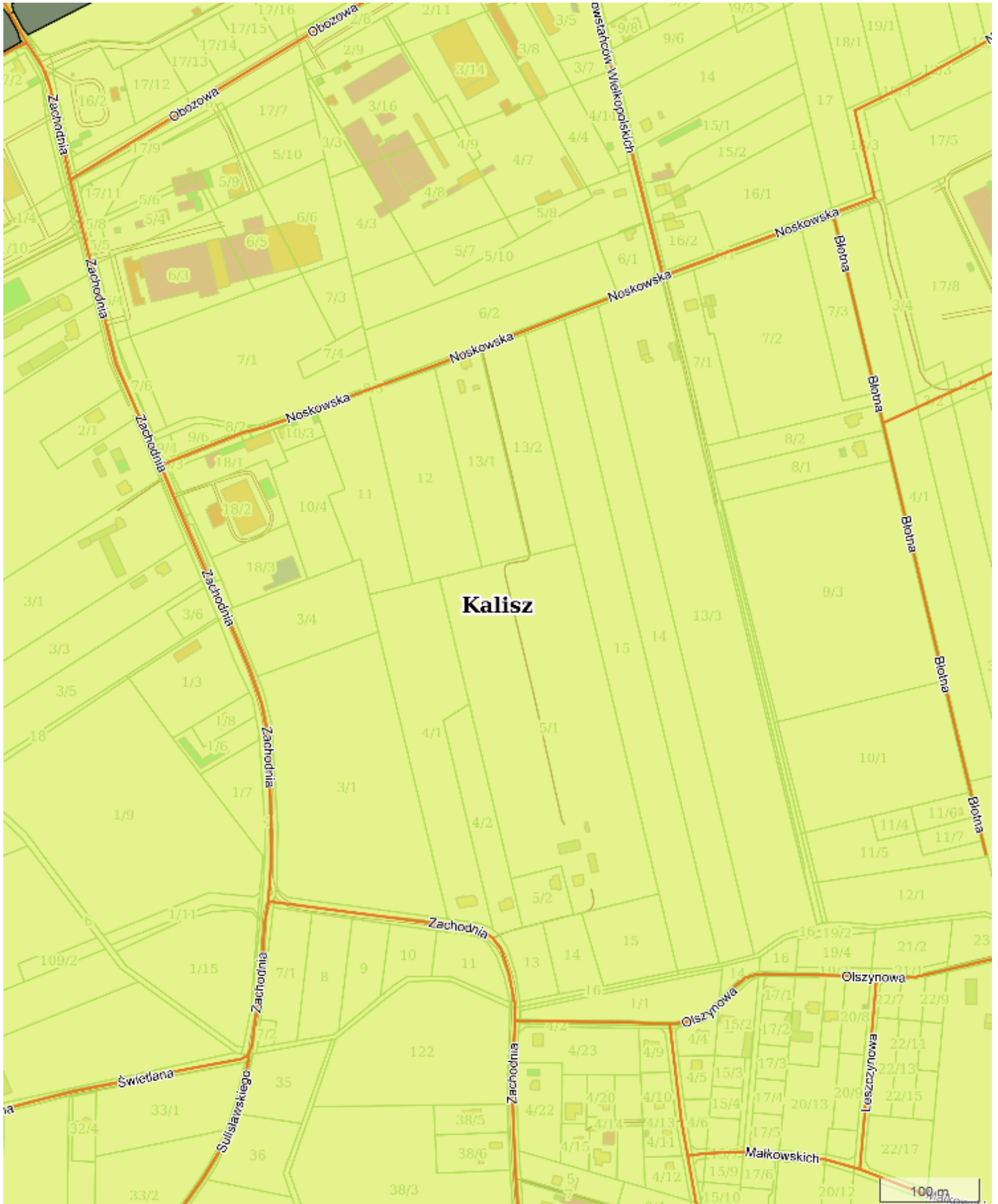
1:5000

Strona 56 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 56

X: 430280.84 Y: 435311.59



X: 429074.10 Y: 434319.38

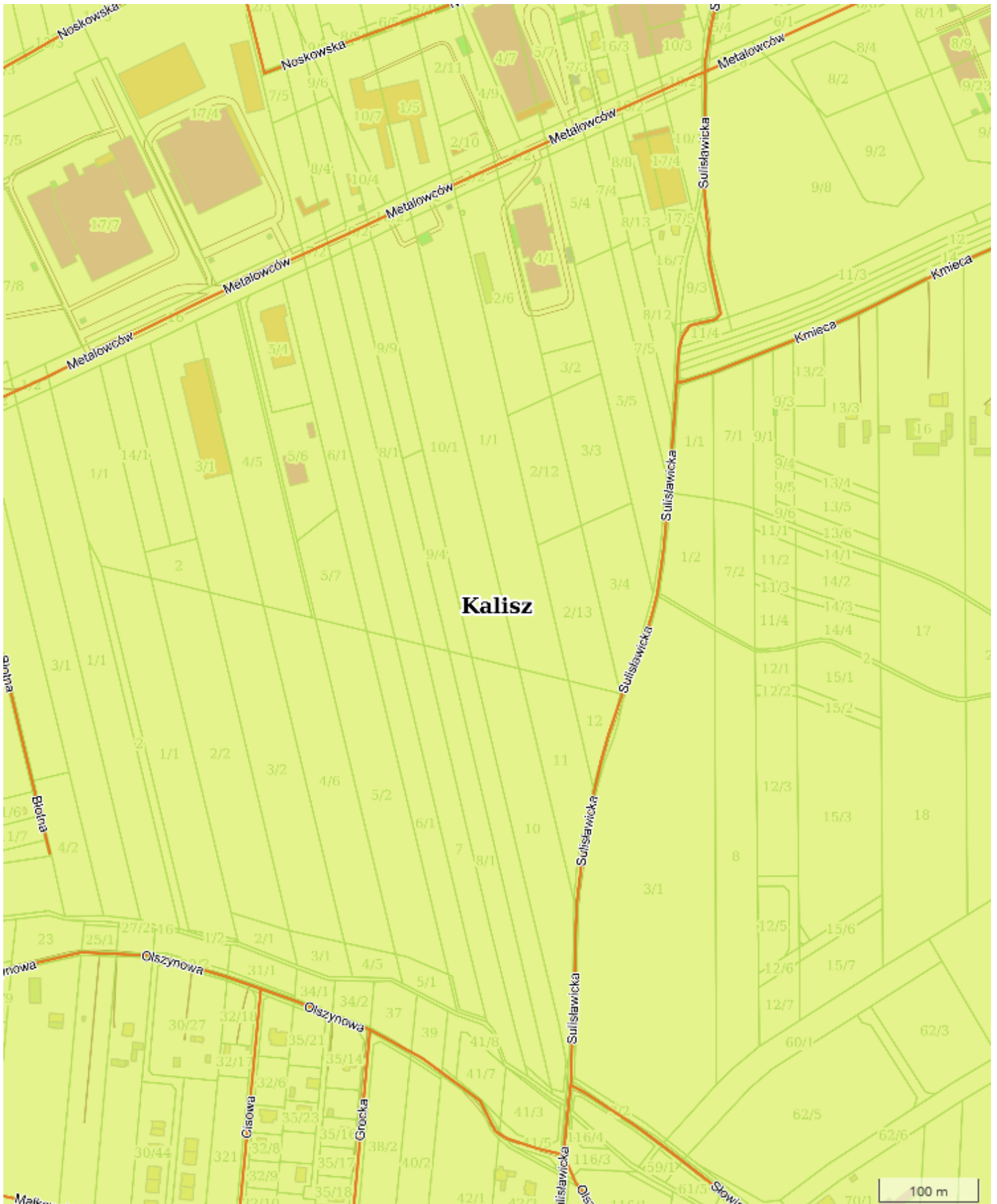
1:5000

Strona 57 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 57

X: 430279.72 Y: 436245.79



X: 429072.97 Y: 435253.58

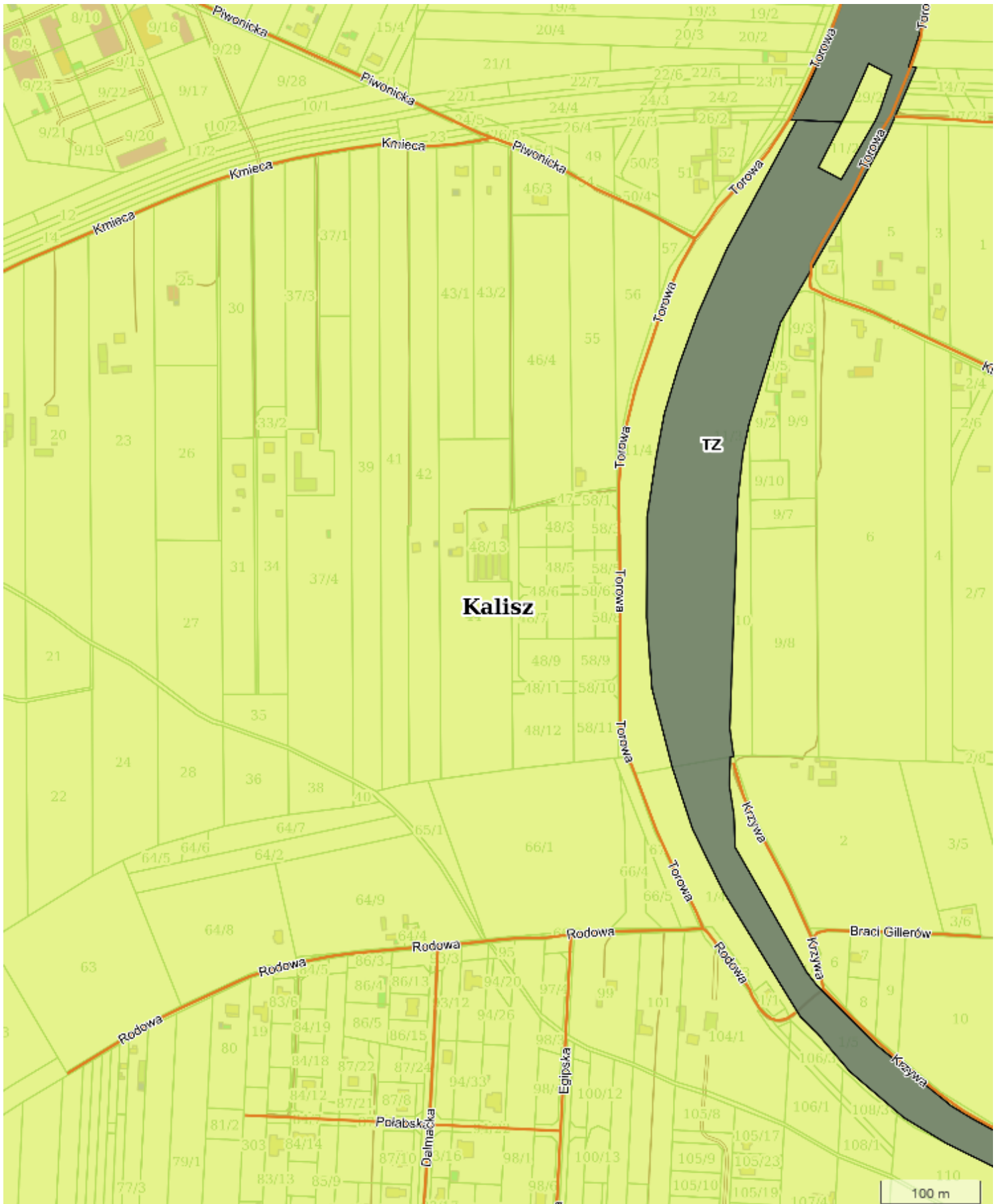
1:5000

Strona 58 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 58

X: 430279.53 Y: 437184.86



X: 429072.79 Y: 436192.64

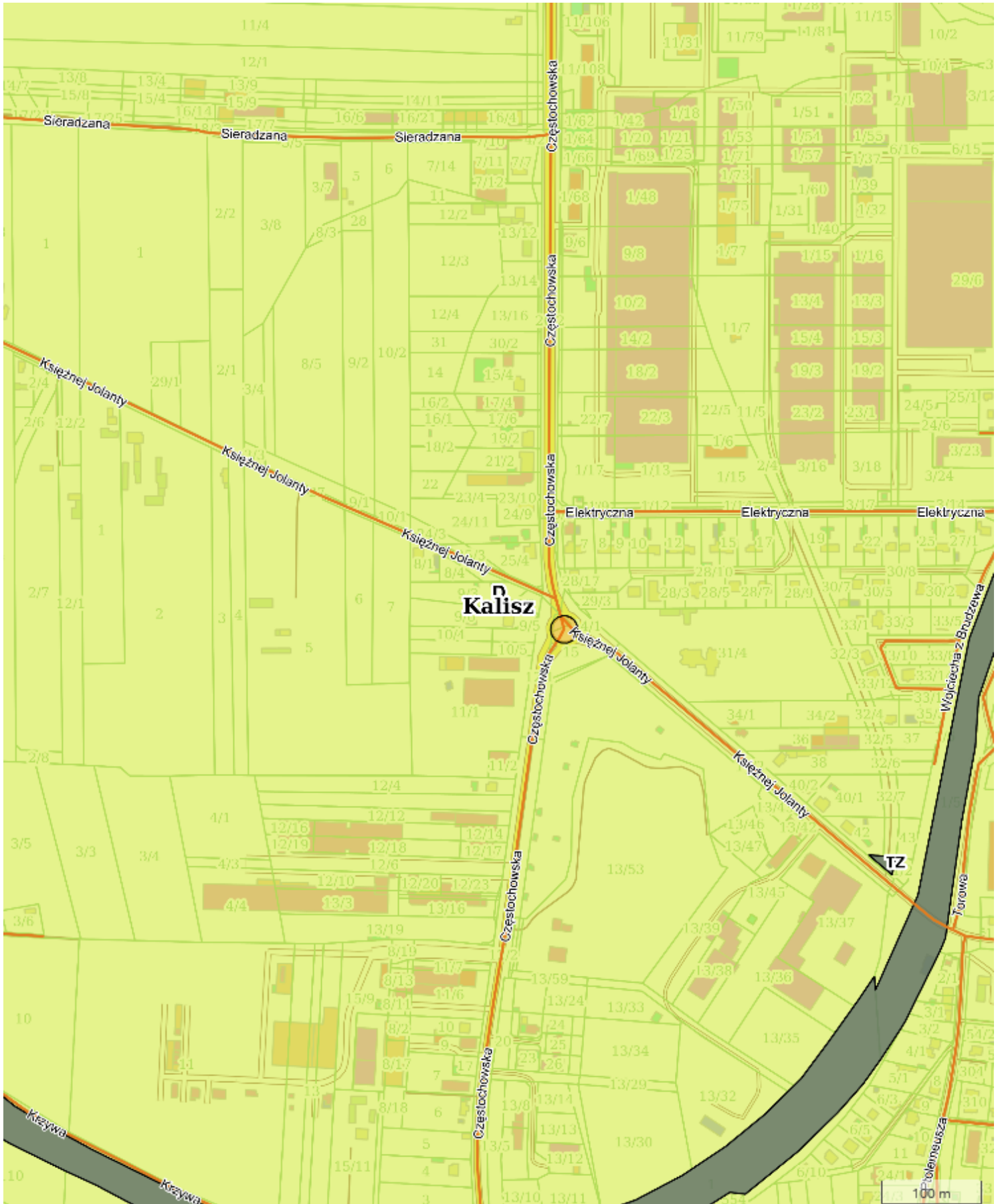
1:5000

Strona 59 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 59

X: 430279.60 Y: 438118.93



X: 429072.85 Y: 437126.72

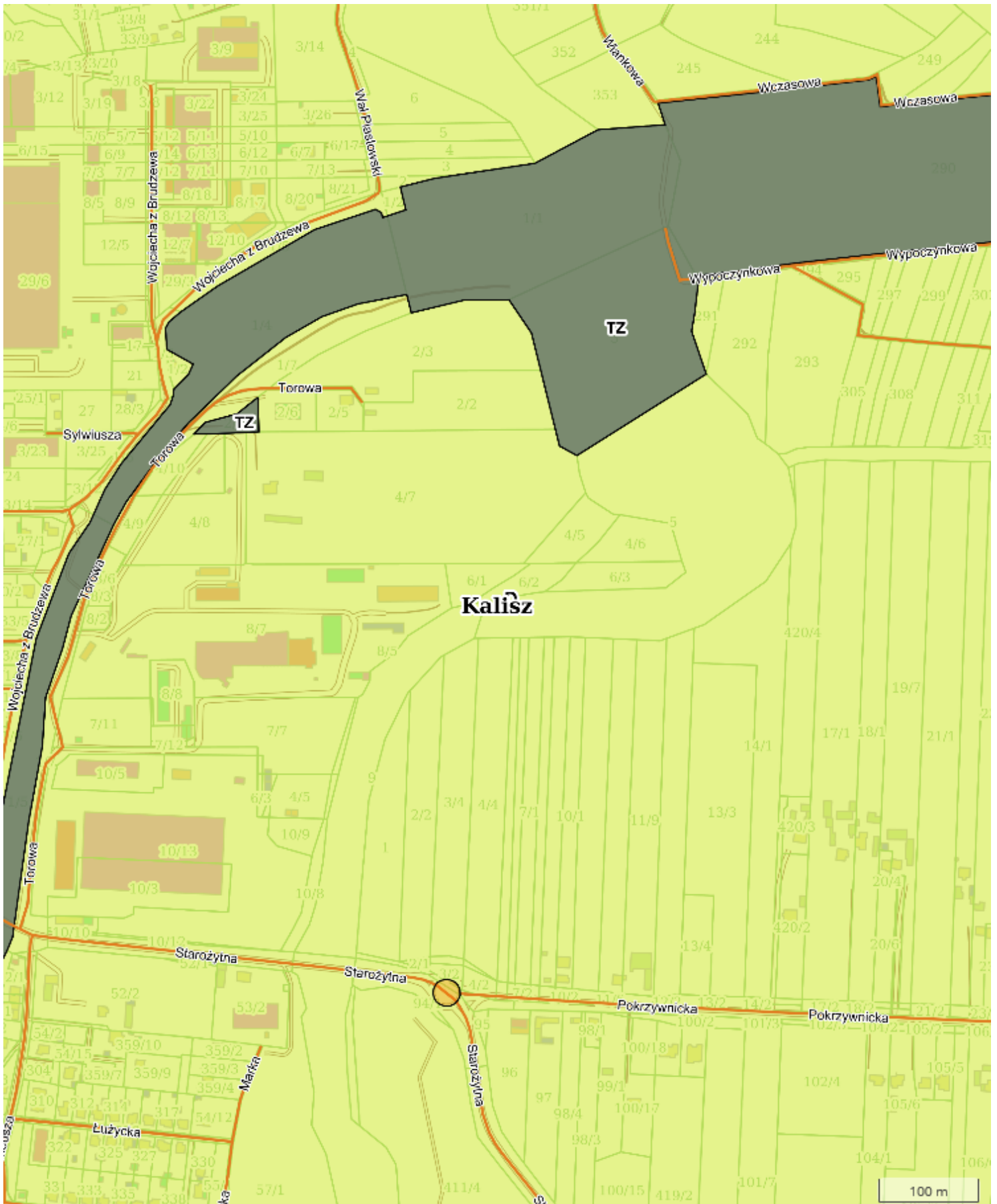
1:5000

Strona 60 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 60

X: 430279.79 Y: 439048.46



X: 429073.04 Y: 438056.24

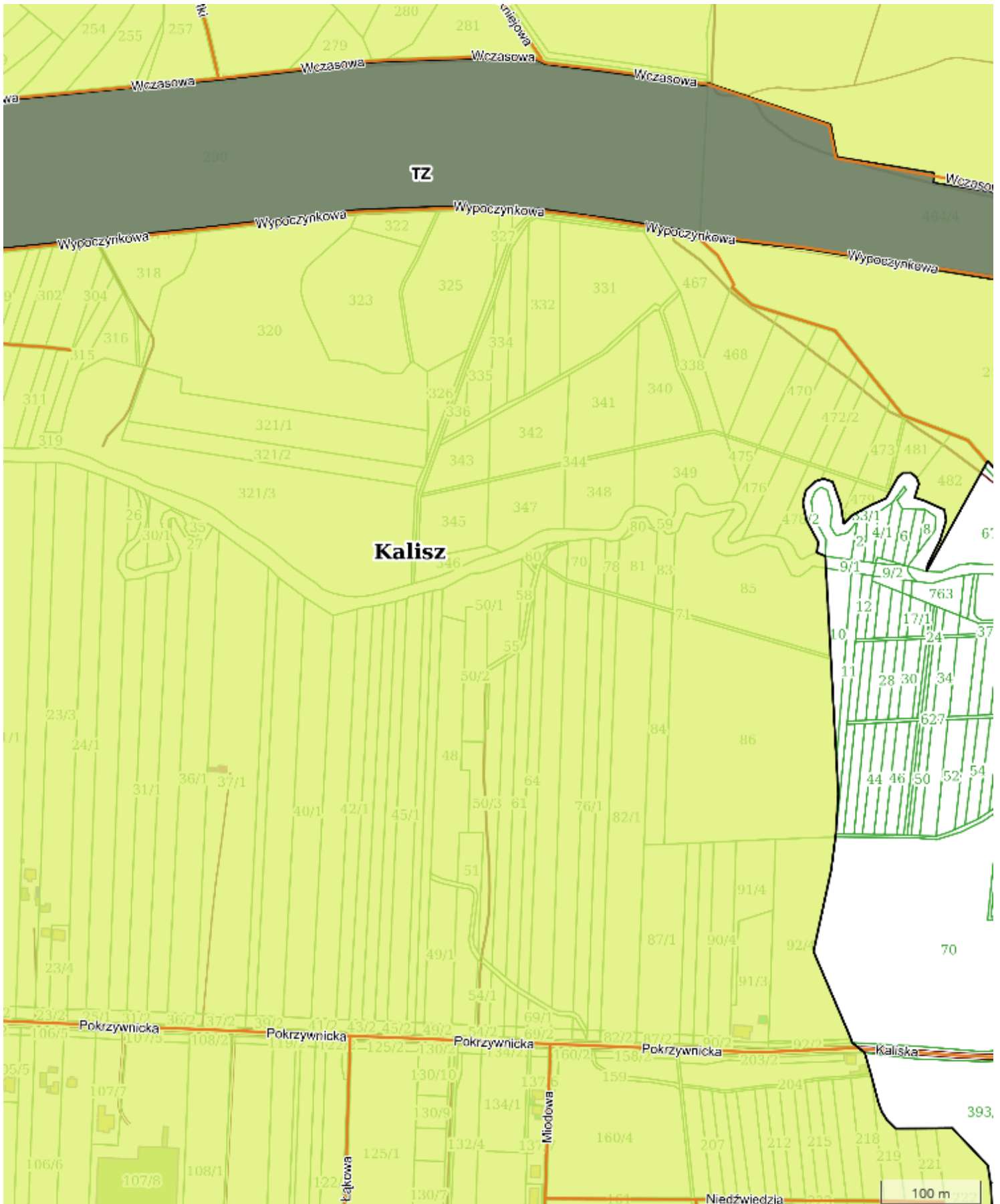
1:5000

Strona 61 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 61

X: 430279.81 Y: 439981.55



X: 429073.06 Y: 438989.34

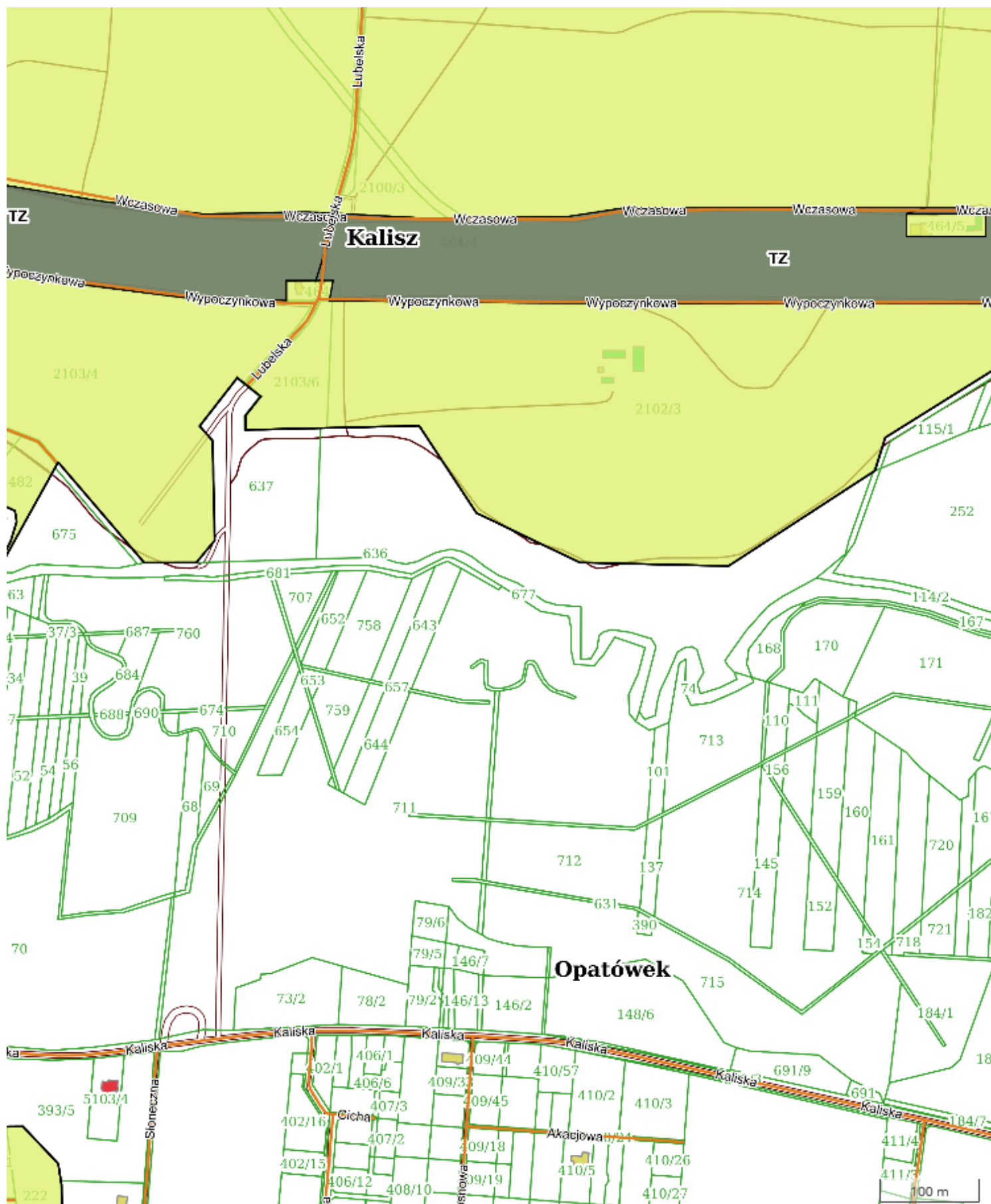
1:5000

Strona 62 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 62

X: 430279.91 Y: 440911.47

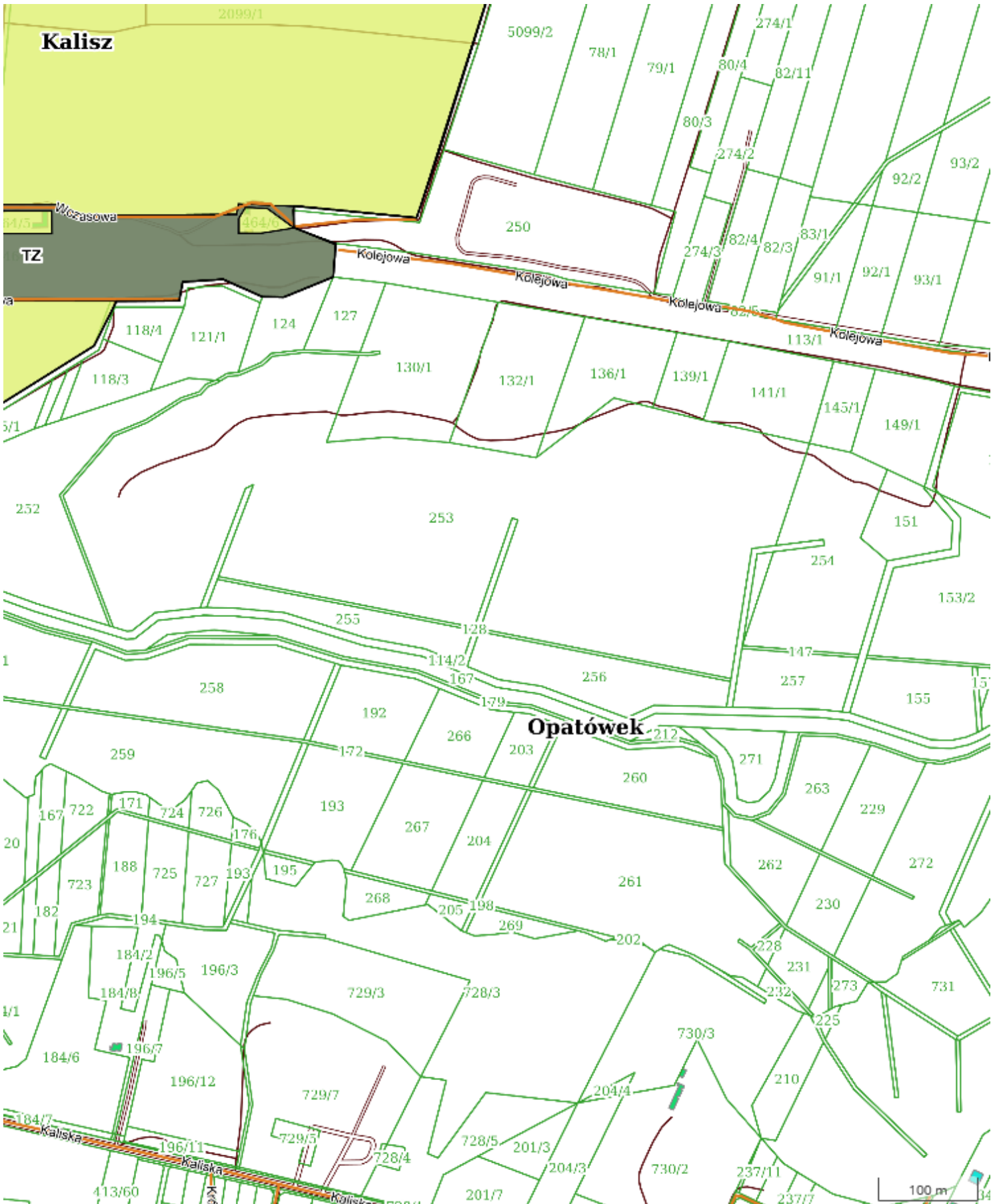


X: 429073.16 Y: 439919.26

1:5000

Strona 63 z 88

X: 430279.85 Y: 441843.48



X: 429073.10 Y: 440851.27

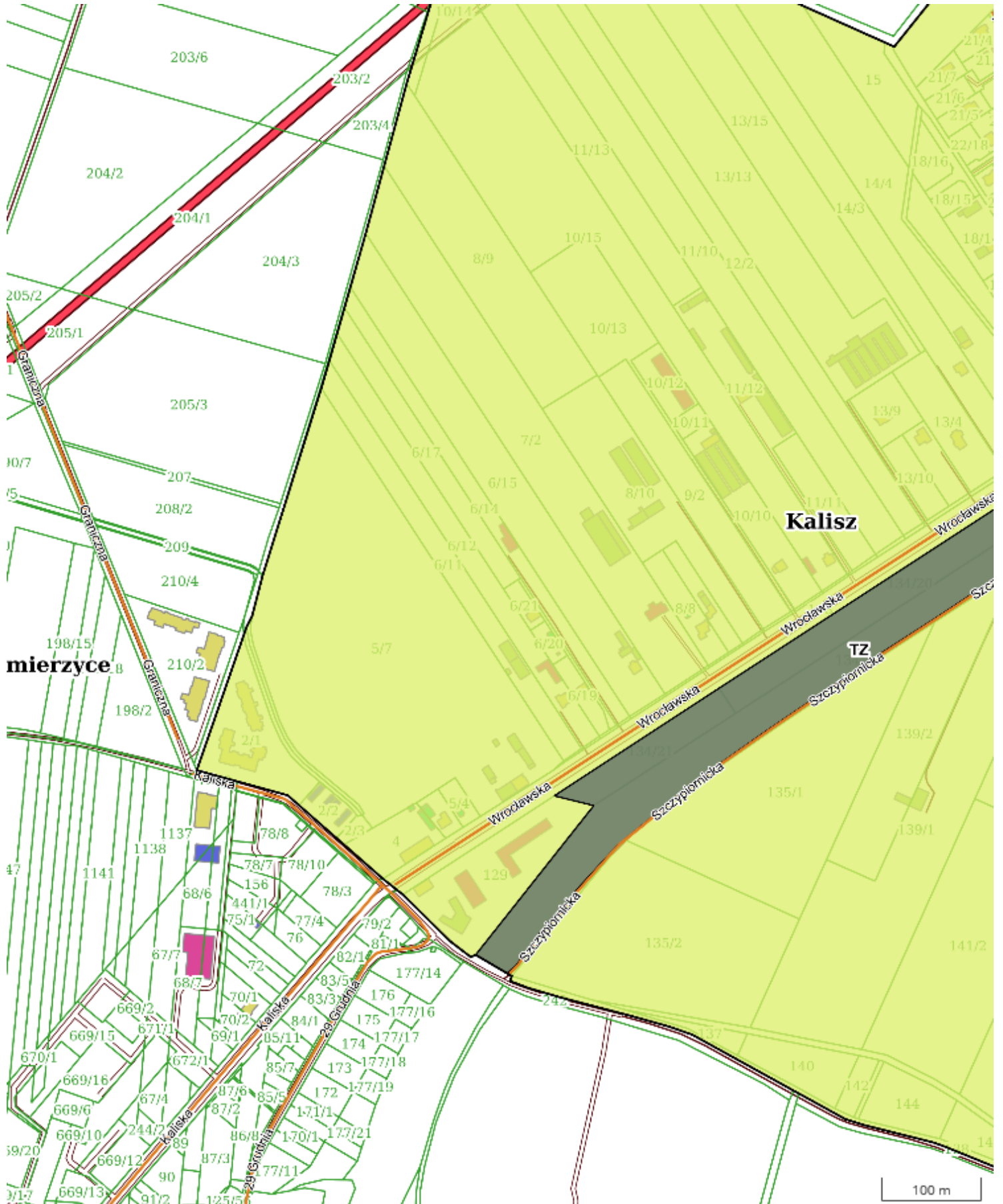
1:5000

Strona 64 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 64

X: 429153.33 Y: 431593.34



X: 427946.59 Y: 430601.13

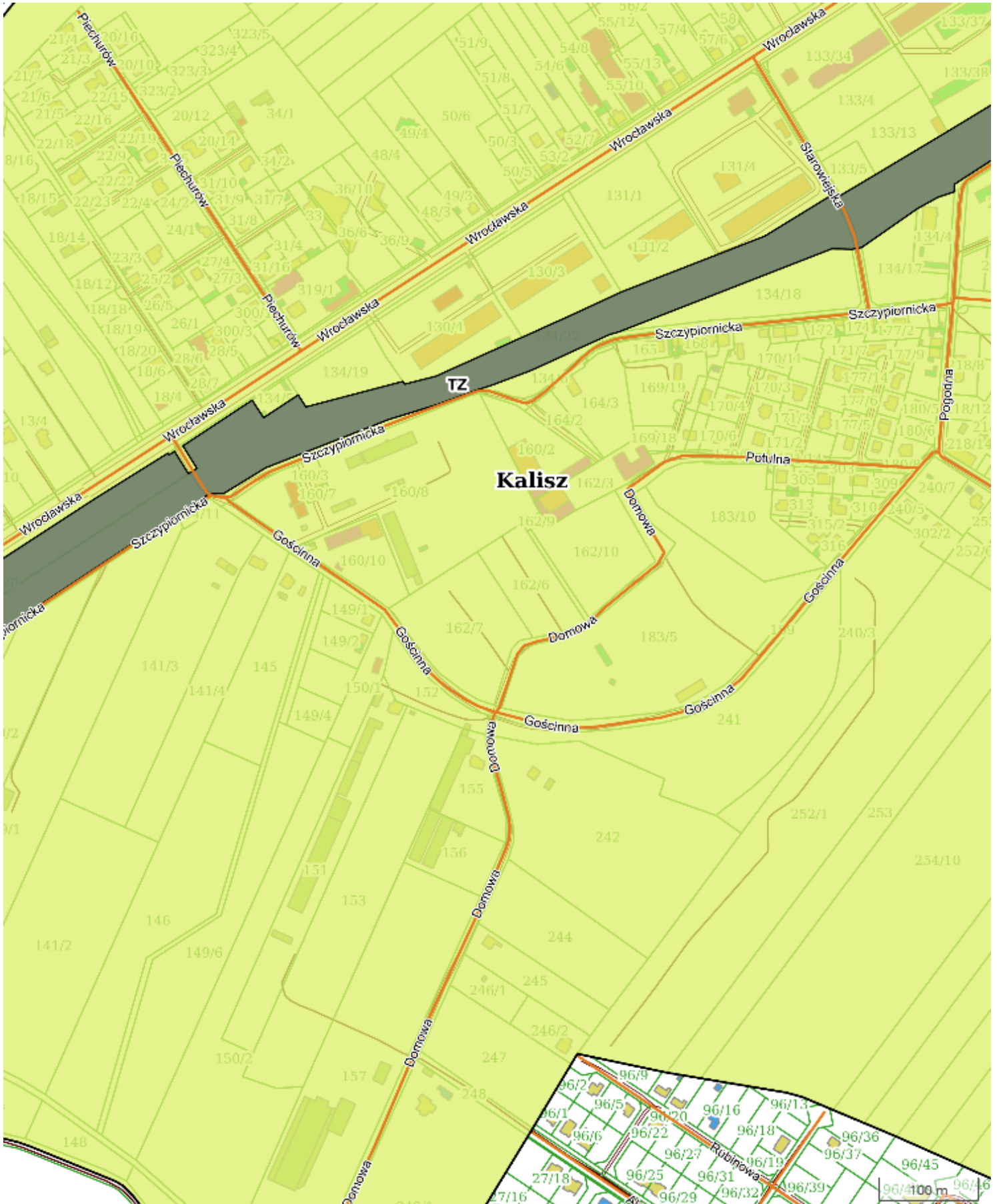
1:5000

Strona 65 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 65

X: 429153.30 Y: 432504.24



X: 427946.56 Y: 431512.03

1:5000

Strona 66 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 66

X: 429153.24 Y: 433431.04



X: 427946.49 Y: 432438.83

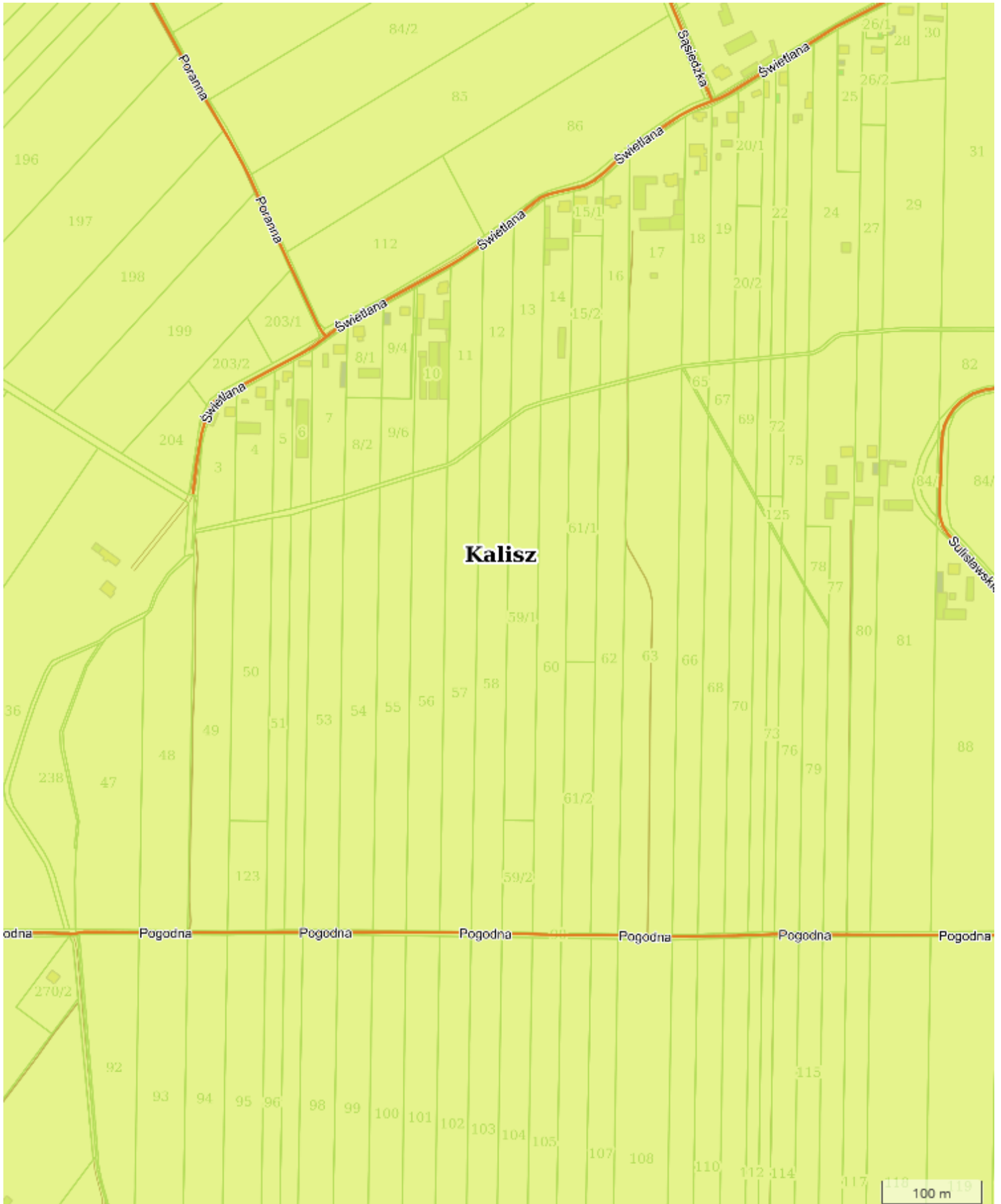
1:5000

Strona 67 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 67

X: 429152.95 Y: 434371.80



X: 427946.20 Y: 433379.59

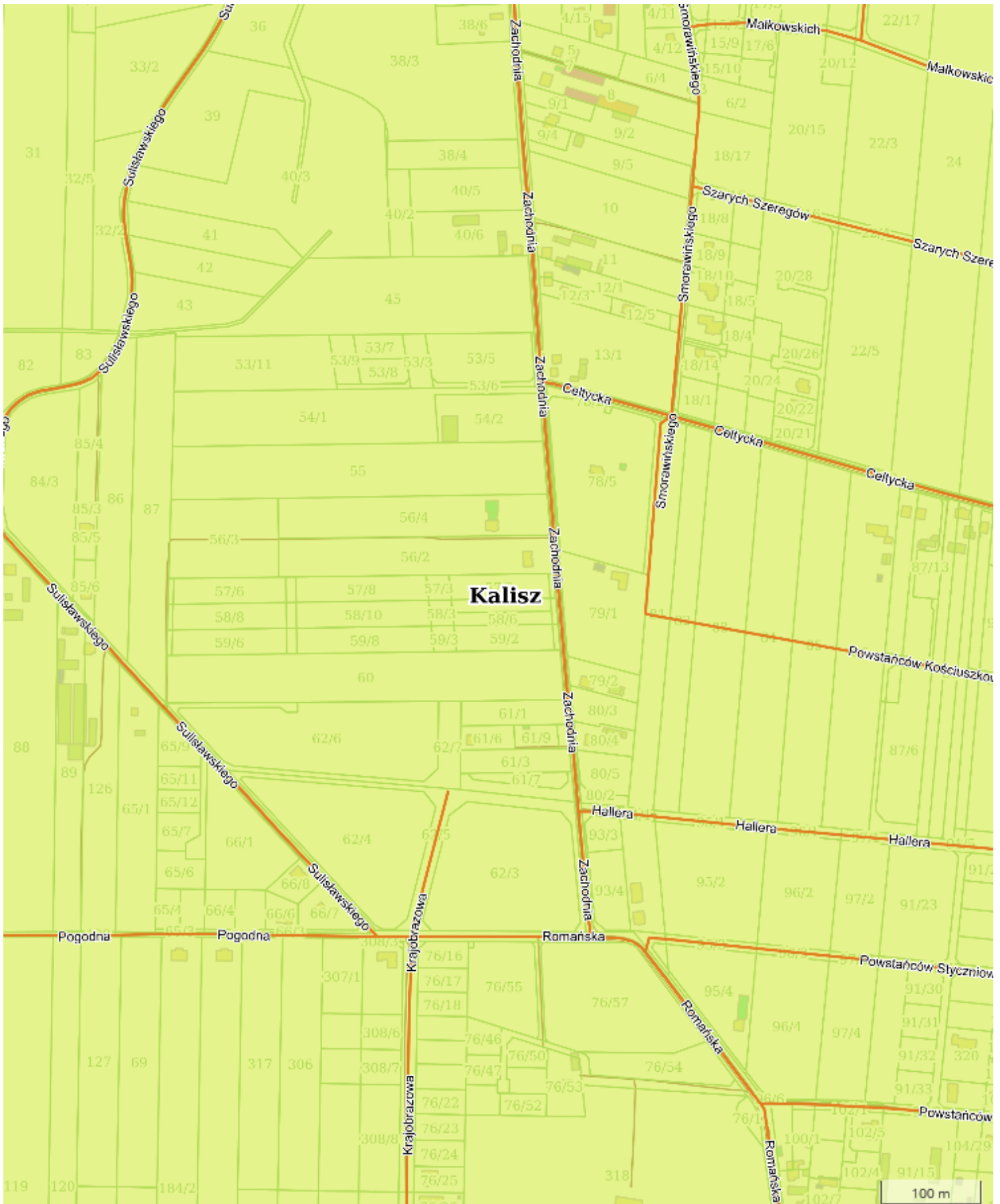
1:5000

Strona 68 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 68

X: 429152.92 Y: 435311.72



X: 427946.17 Y: 434319.51

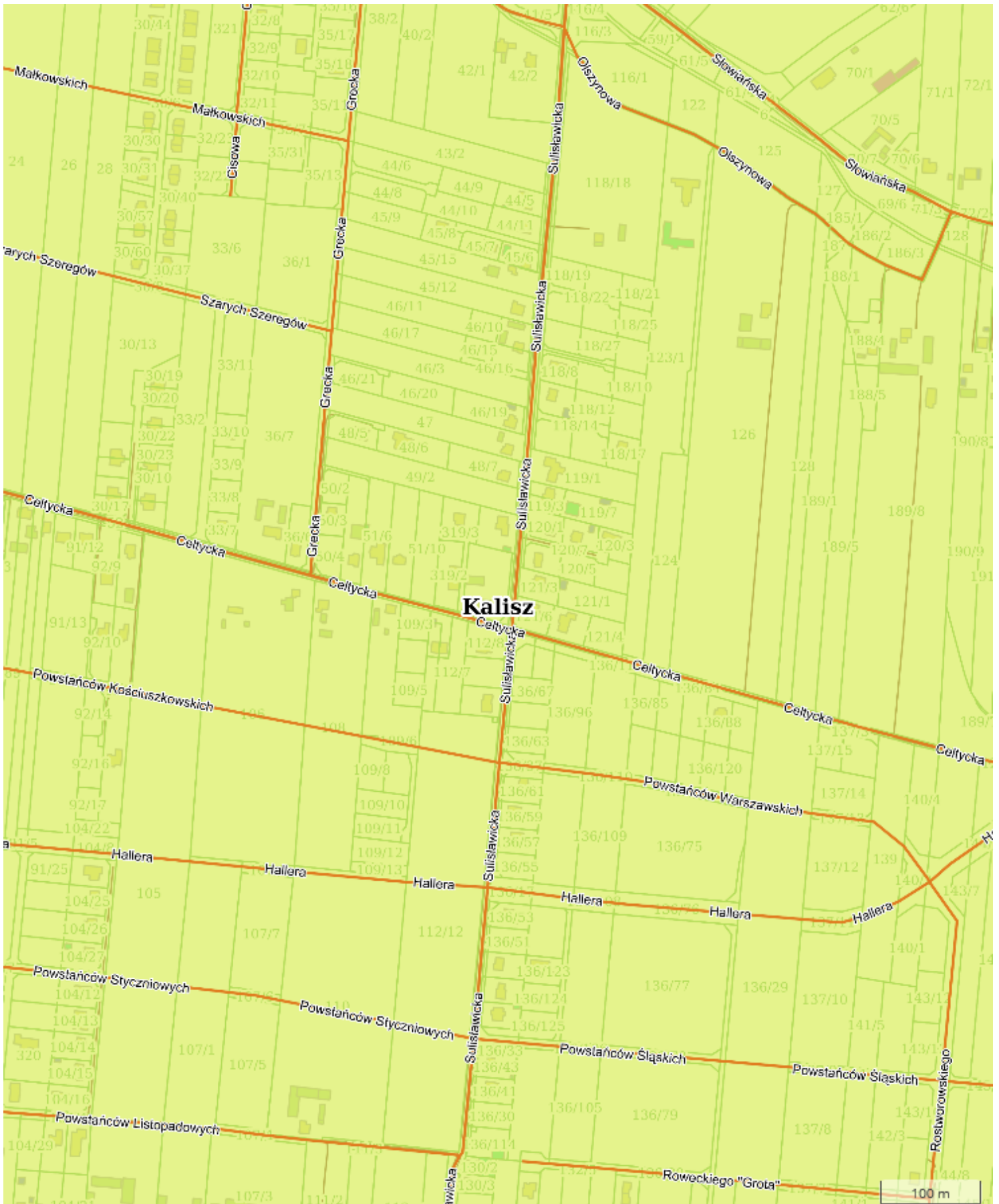
1:5000

Strona 69 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 69

X: 429152.78 Y: 436246.10



X: 427946.03 Y: 435253.89

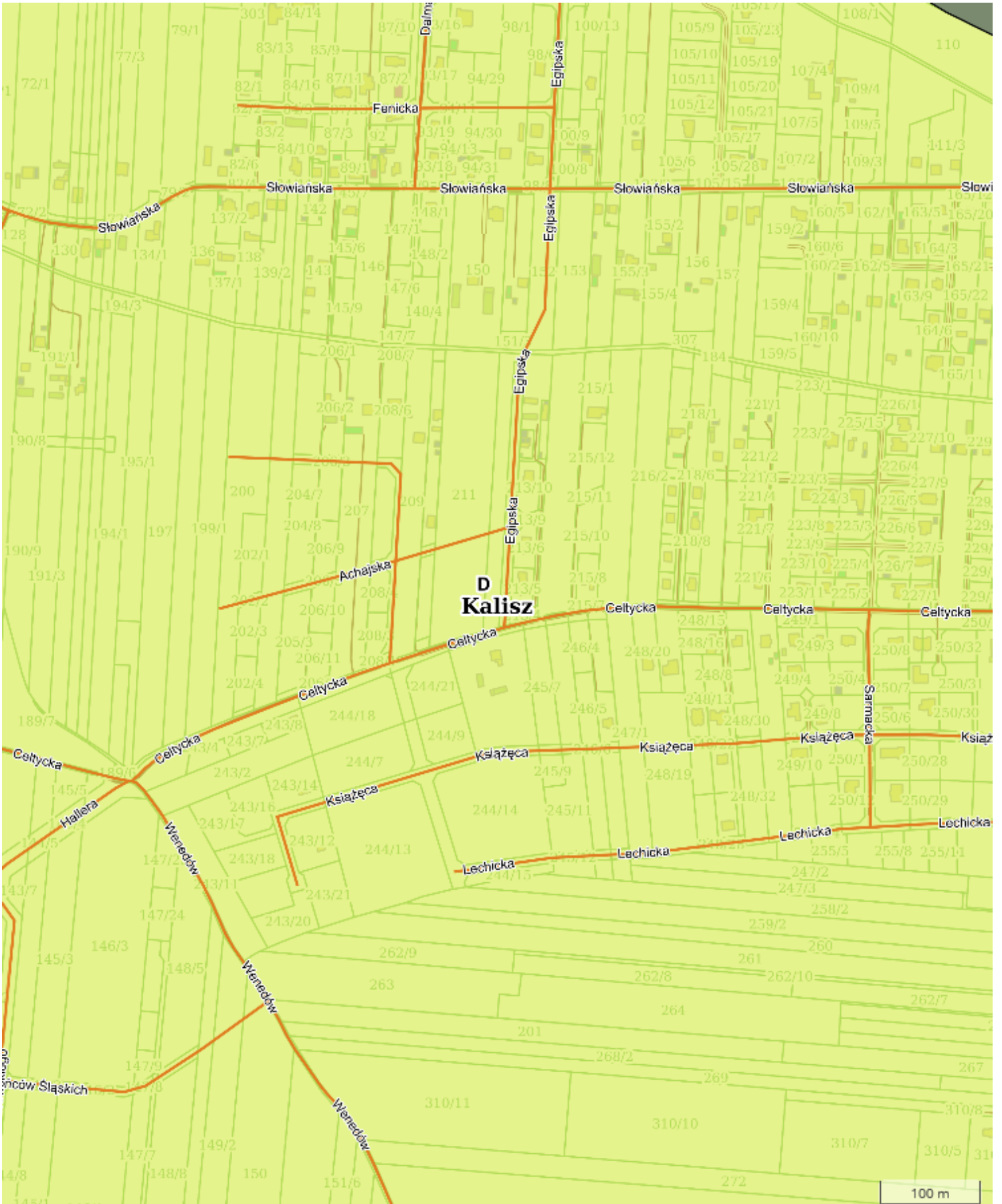
1:5000

Strona 70 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 70

X: 429152.79 Y: 437184.83



X: 427946.05 Y: 436192.62

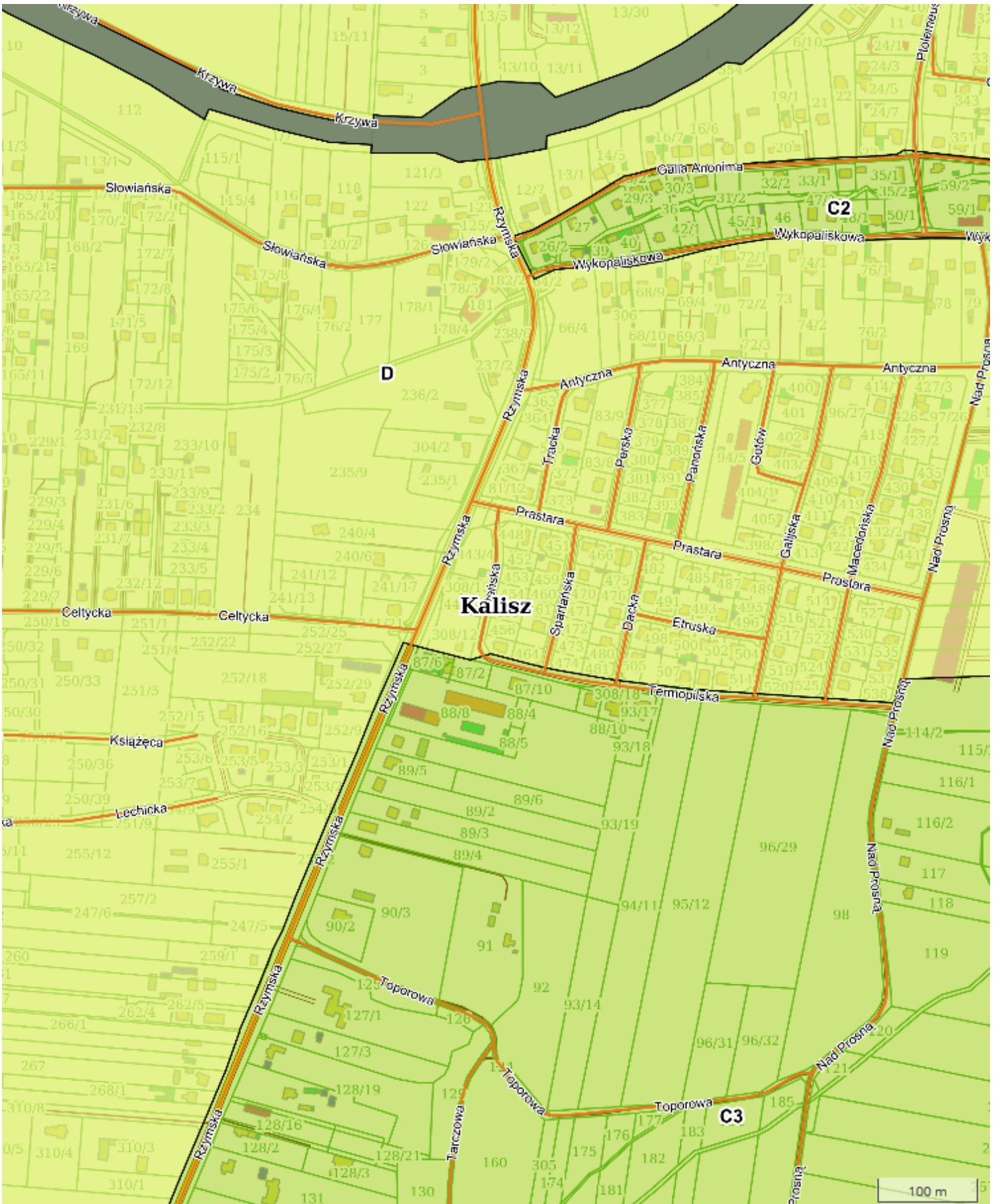
1:5000

Strona 71 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 71

X: 429152.77 Y: 438118.91



X: 427946.03 Y: 437126.70

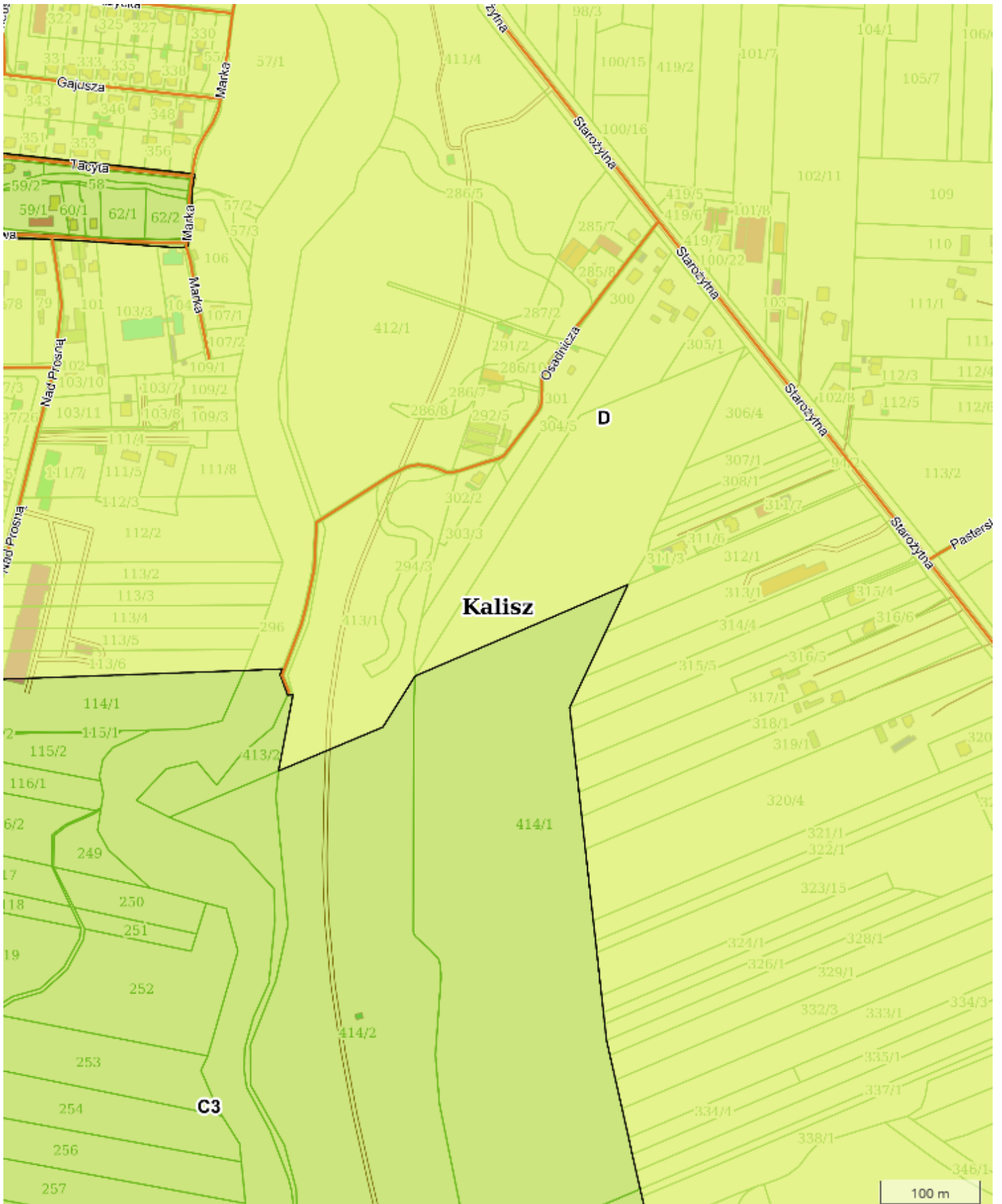
1:5000

Strona 72 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 72

X: 429152.79 Y: 439048.43



X: 427946.04 Y: 438056.22

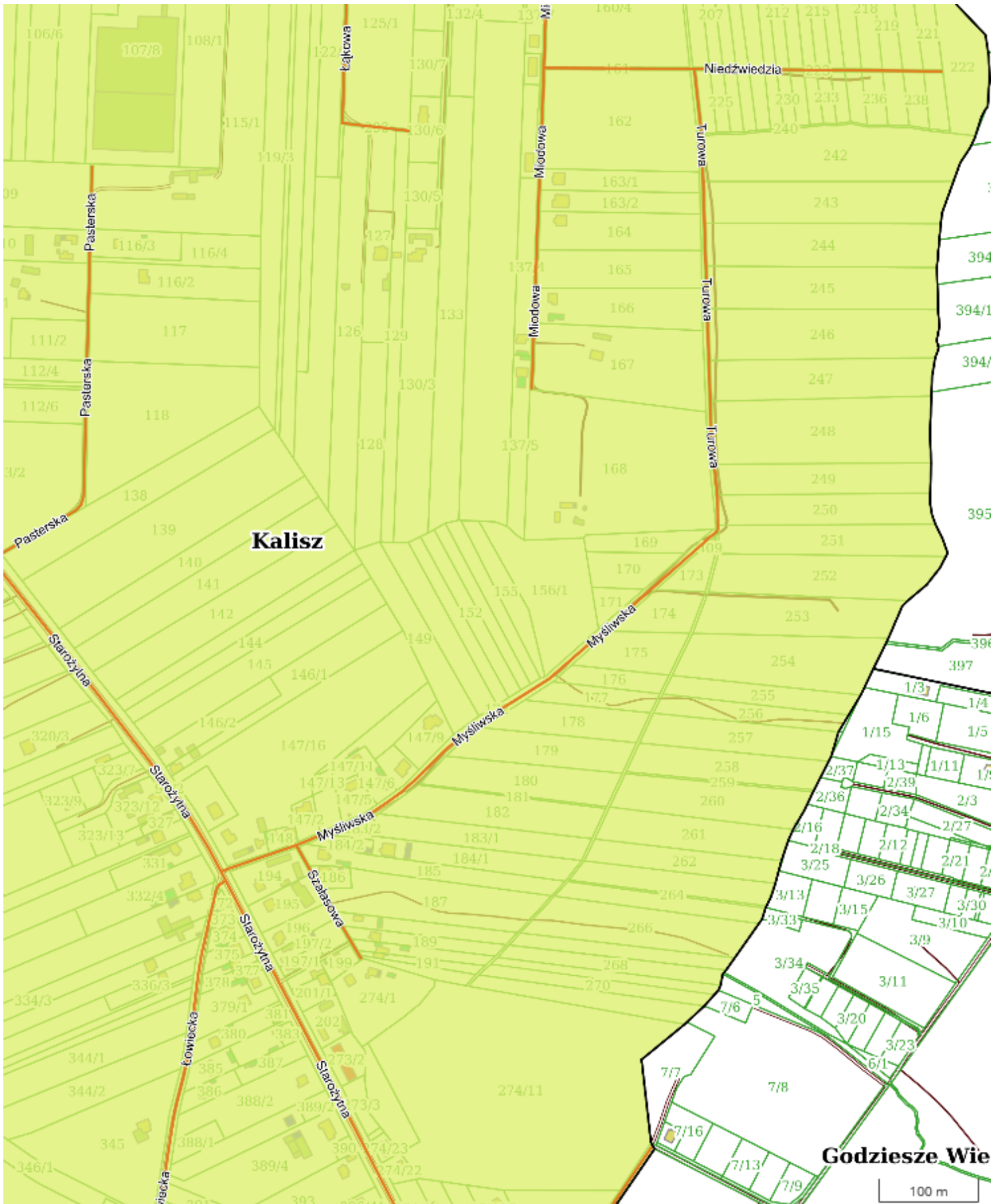
1:5000

Strona 73 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 73

X: 429152.69 Y: 439981.65



X: 427945.94 Y: 438989.44

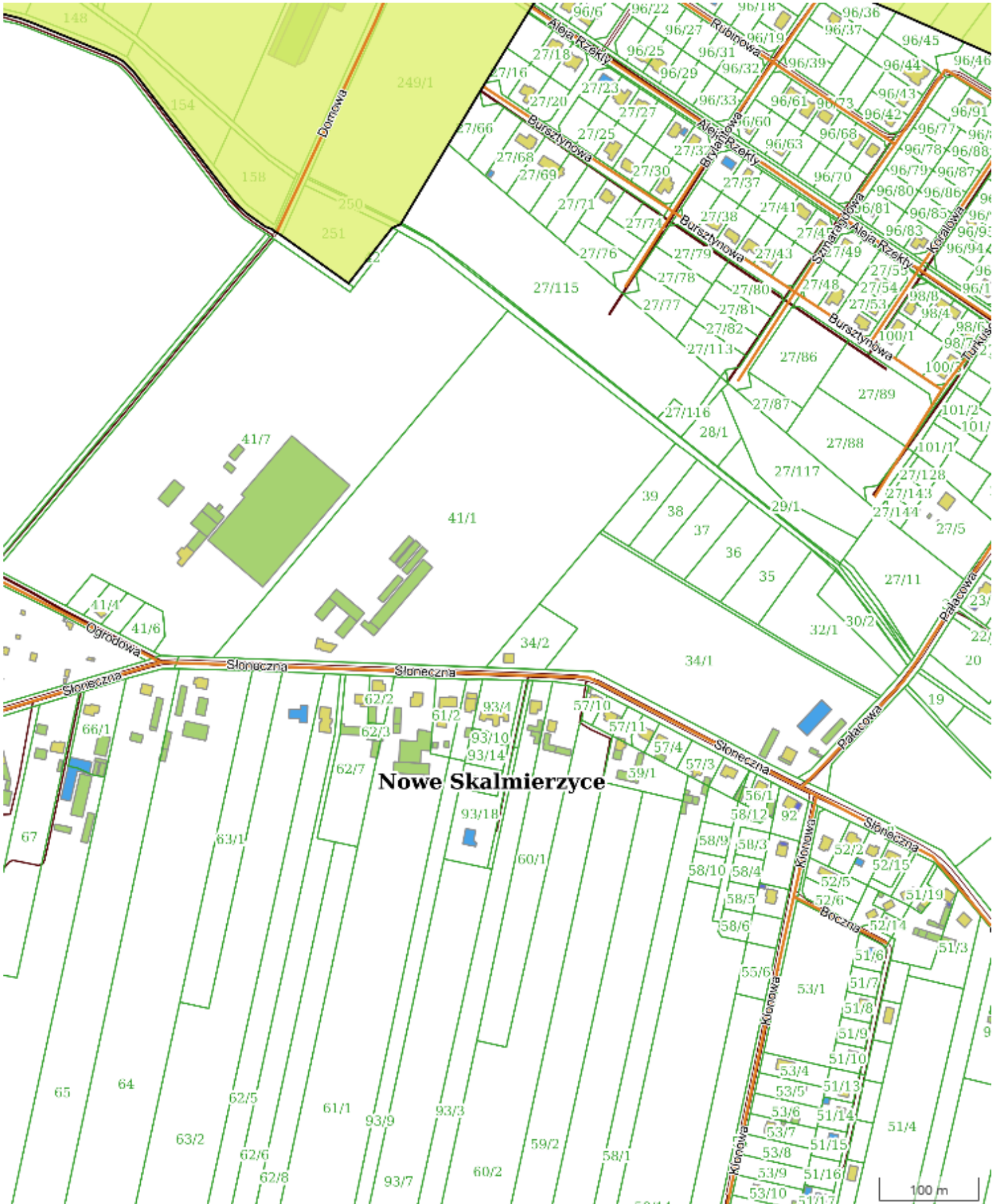
1:5000

Strona 74 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 74

X: 428030.30 Y: 432503.91



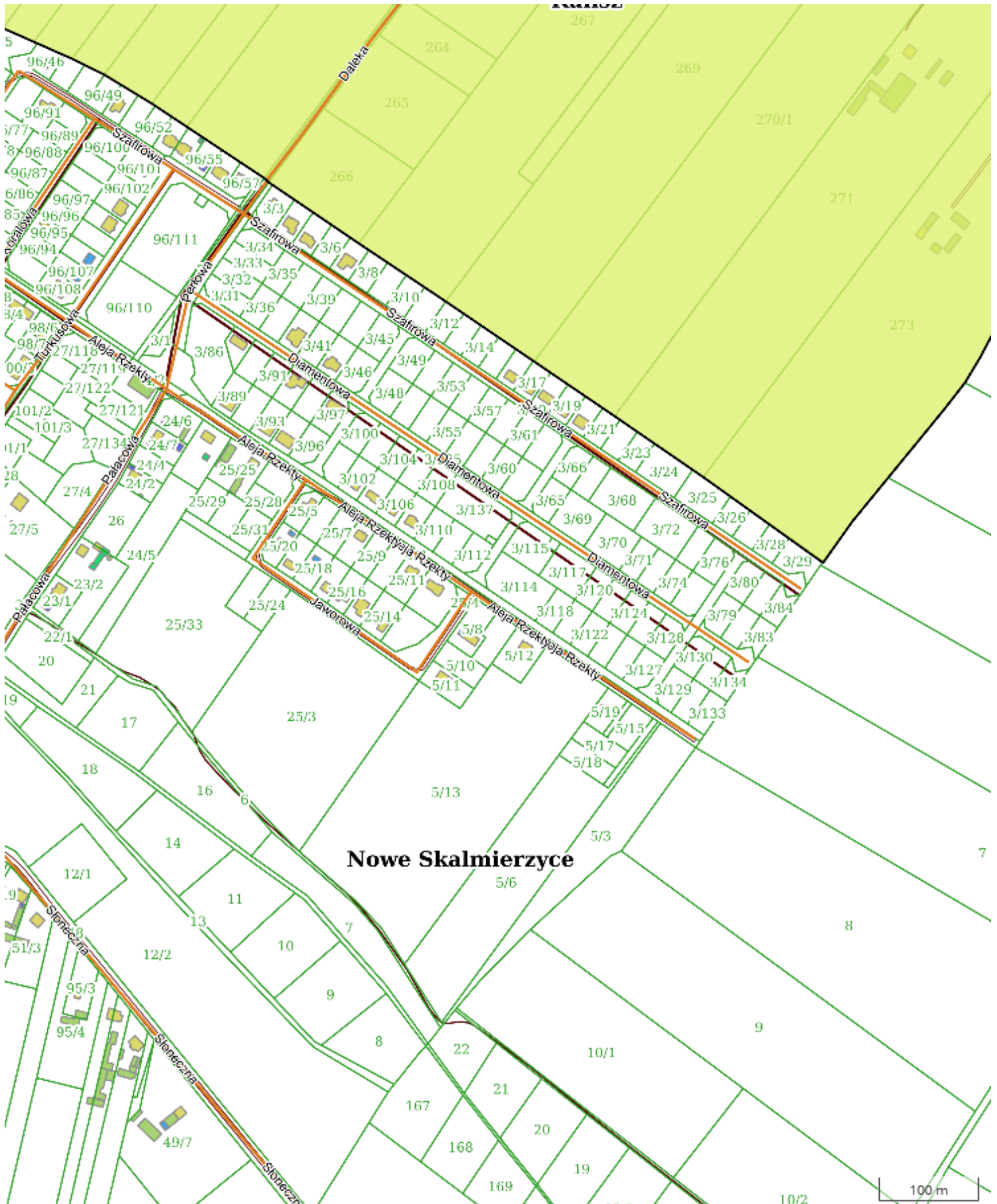
X: 426823.55 Y: 431511.69

1:5000

Strona 75 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 75



X: 428029.95 Y: 434371.66



X: 426823.21 Y: 433379.45

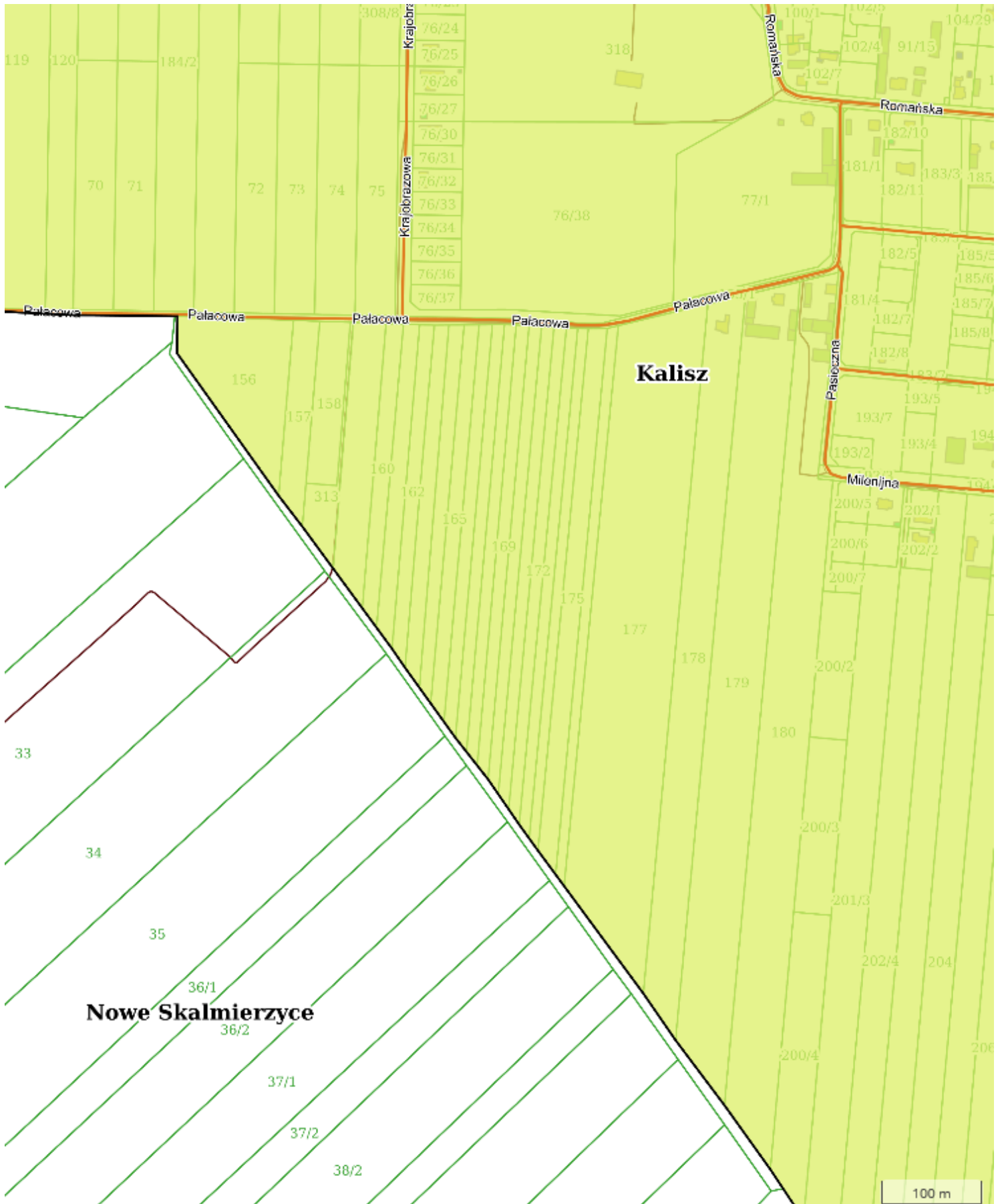
1:5000

Strona 77 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 77

X: 428029.95 Y: 435312.06



X: 426823.20 Y: 434319.85

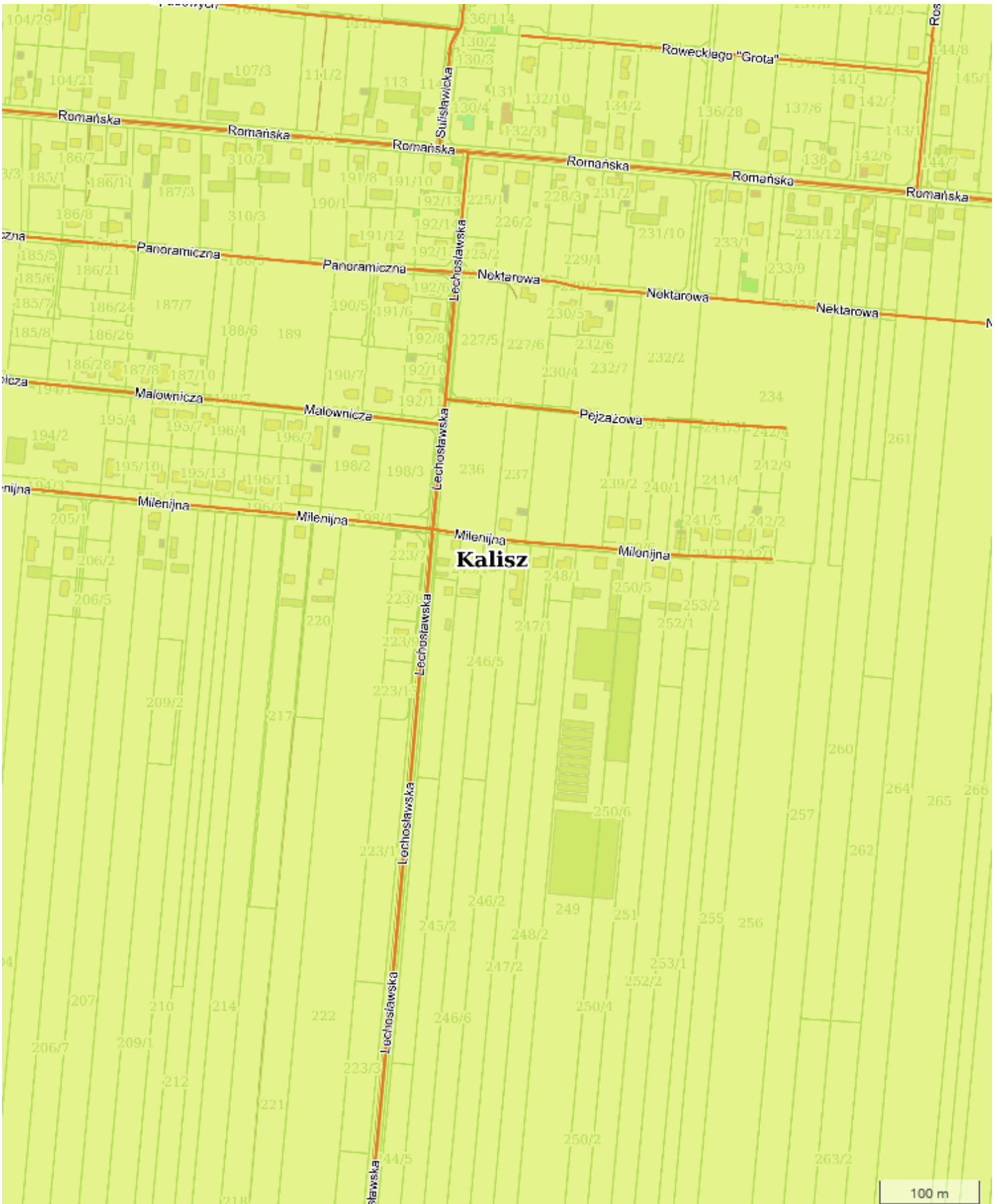
1:5000

Strona 78 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 78

X: 428030.02 Y: 436246.14



X: 426823.28 Y: 435253.93

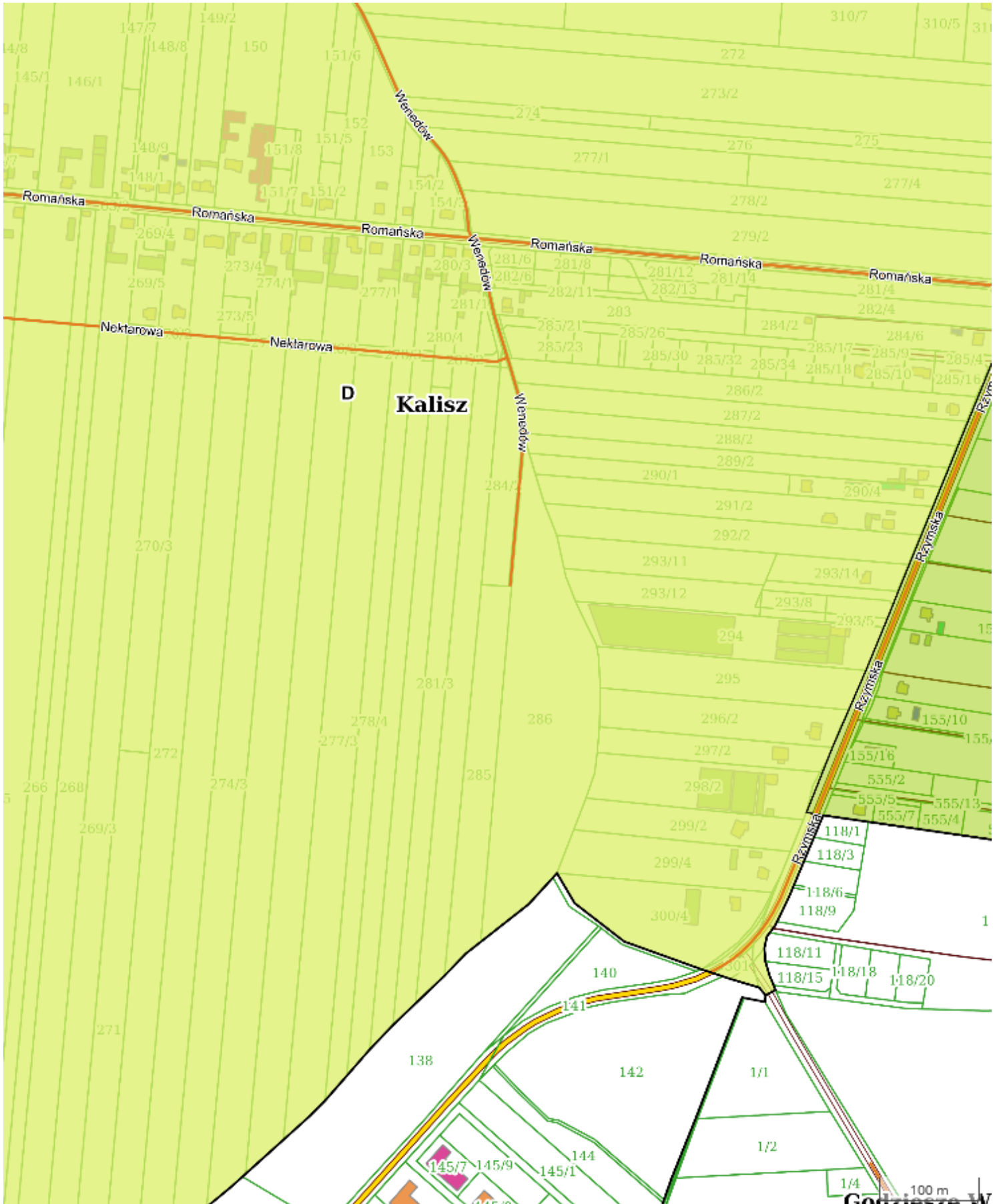
1:5000

Strona 79 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 79

X: 428029.85 Y: 437185.08



X: 426823.11 Y: 436192.87

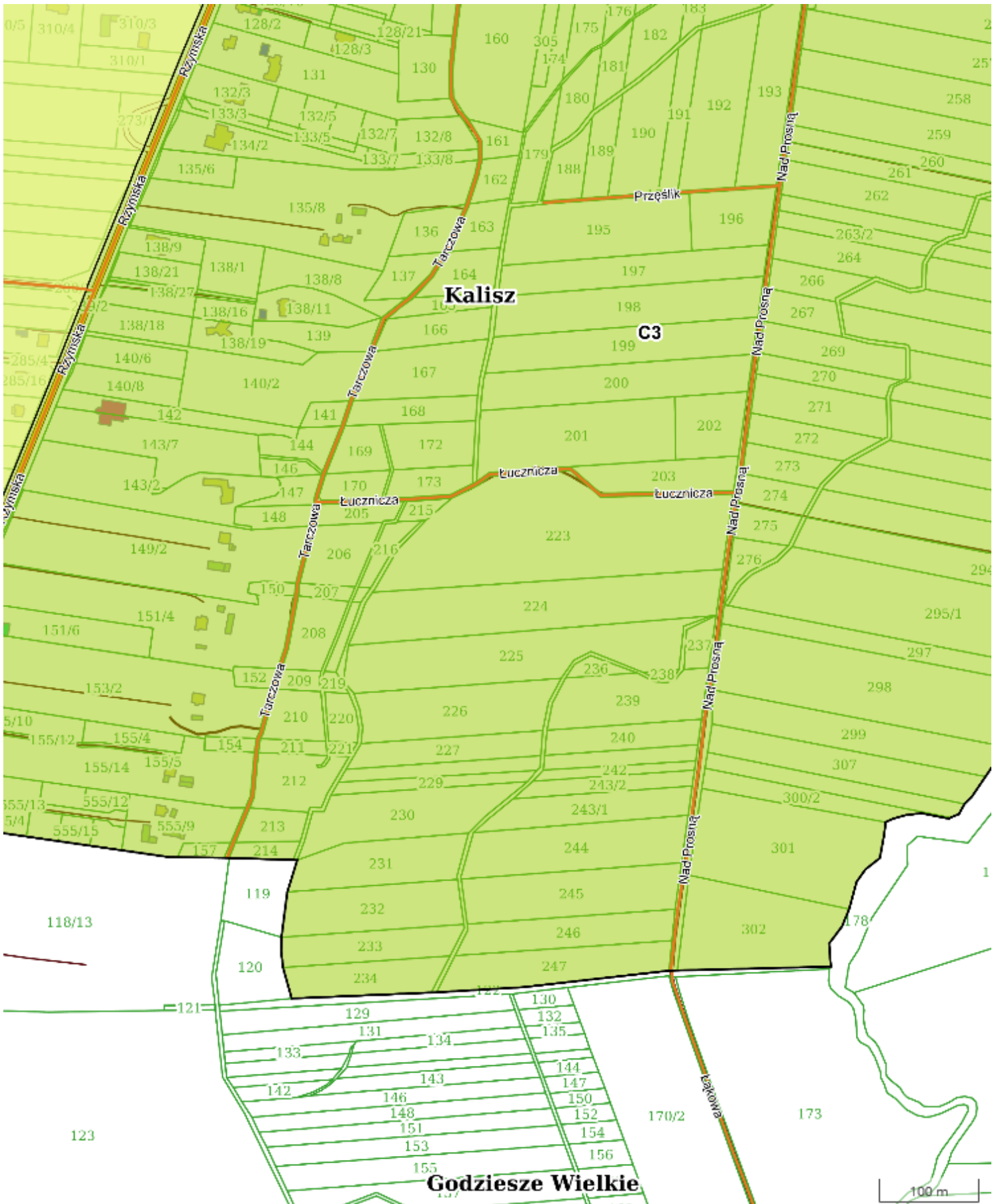
1:5000

Strona 80 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 80

X: 428029.82 Y: 438118.87



X: 426823.07 Y: 437126.66

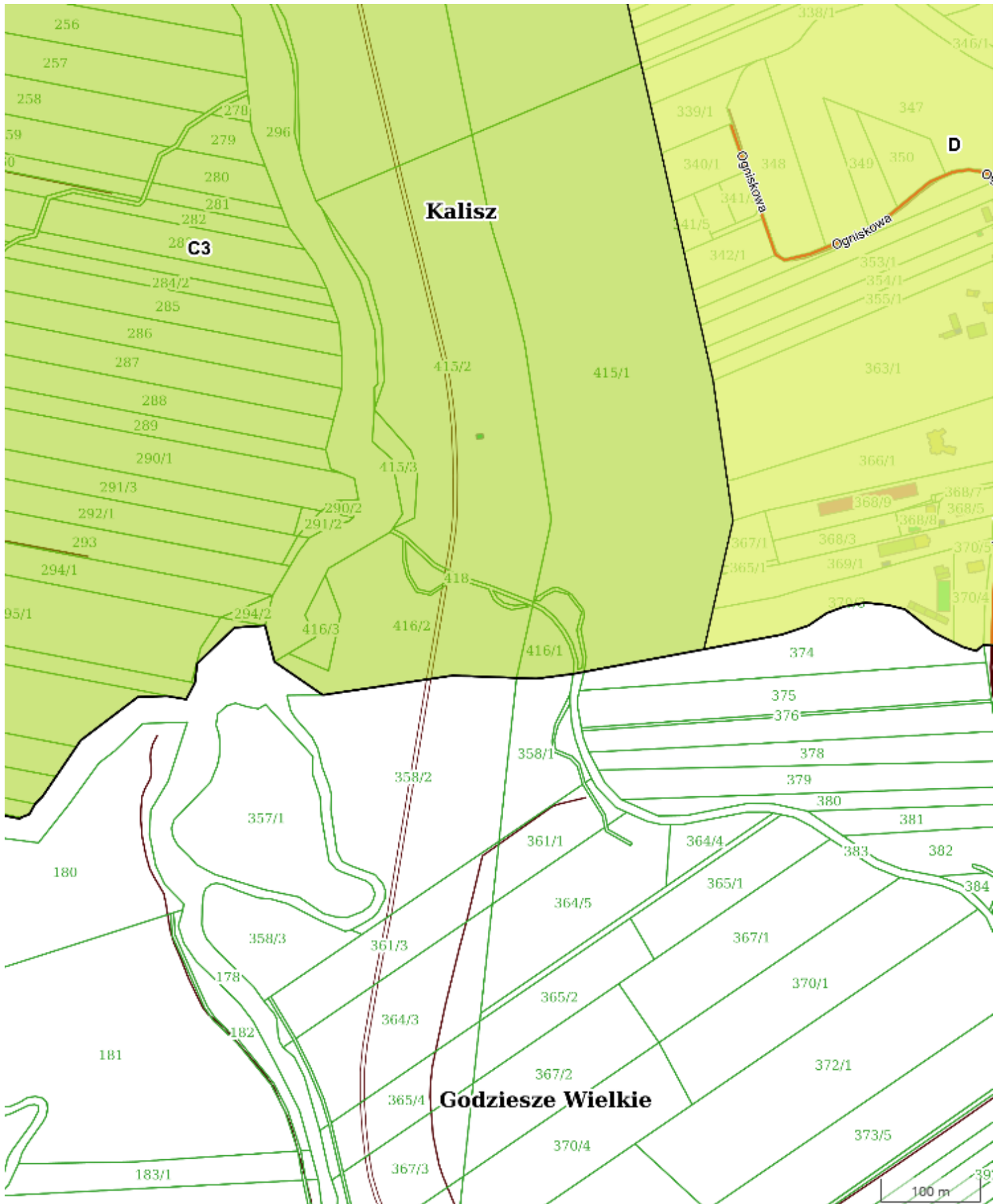
1:5000

Strona 81 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 81

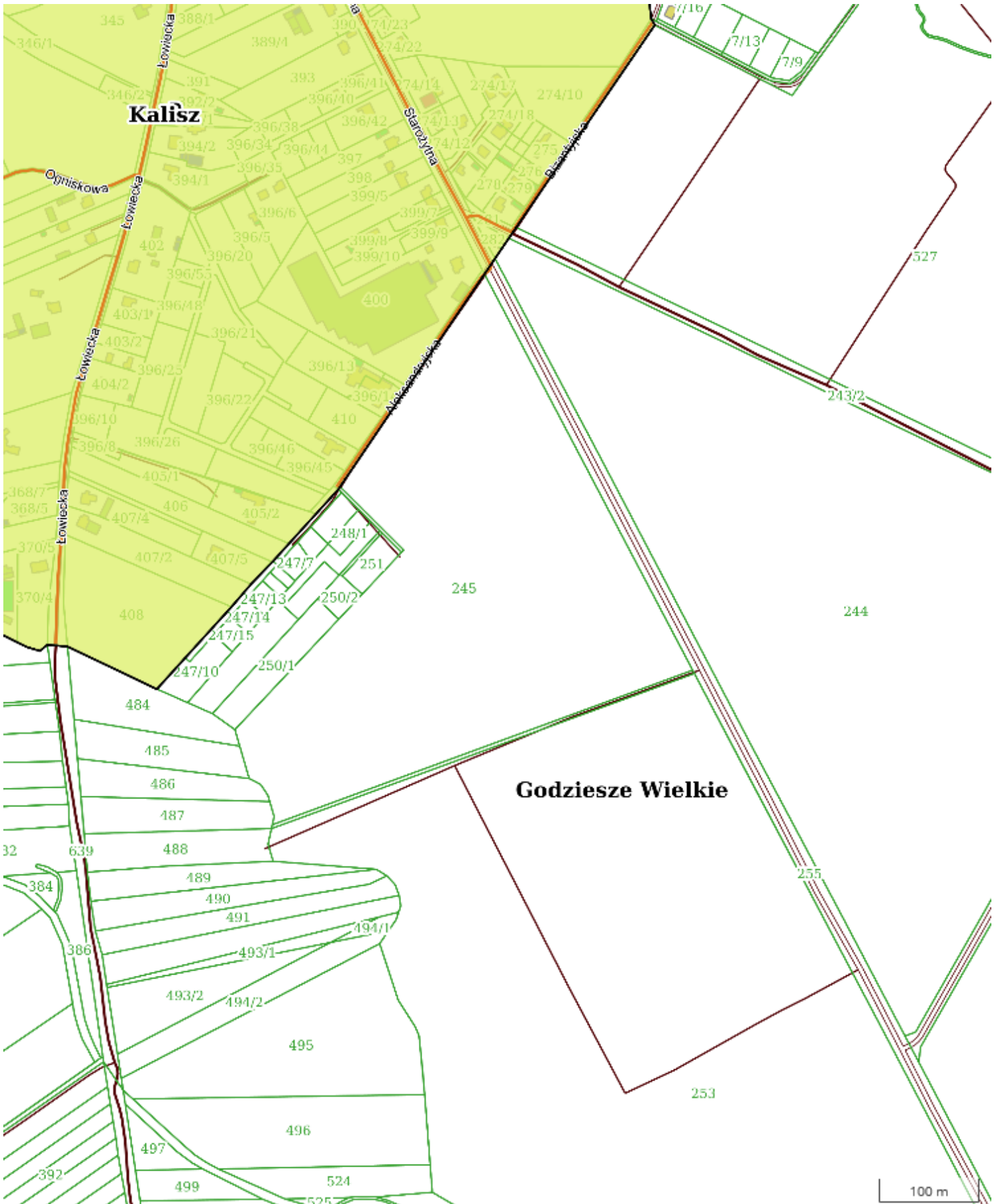
X: 428029.82 Y: 439048.49



X: 426823.07 Y: 438056.28

1:5000

X: 428029.80 Y: 439981.66



X: 426823.06 Y: 438989.45

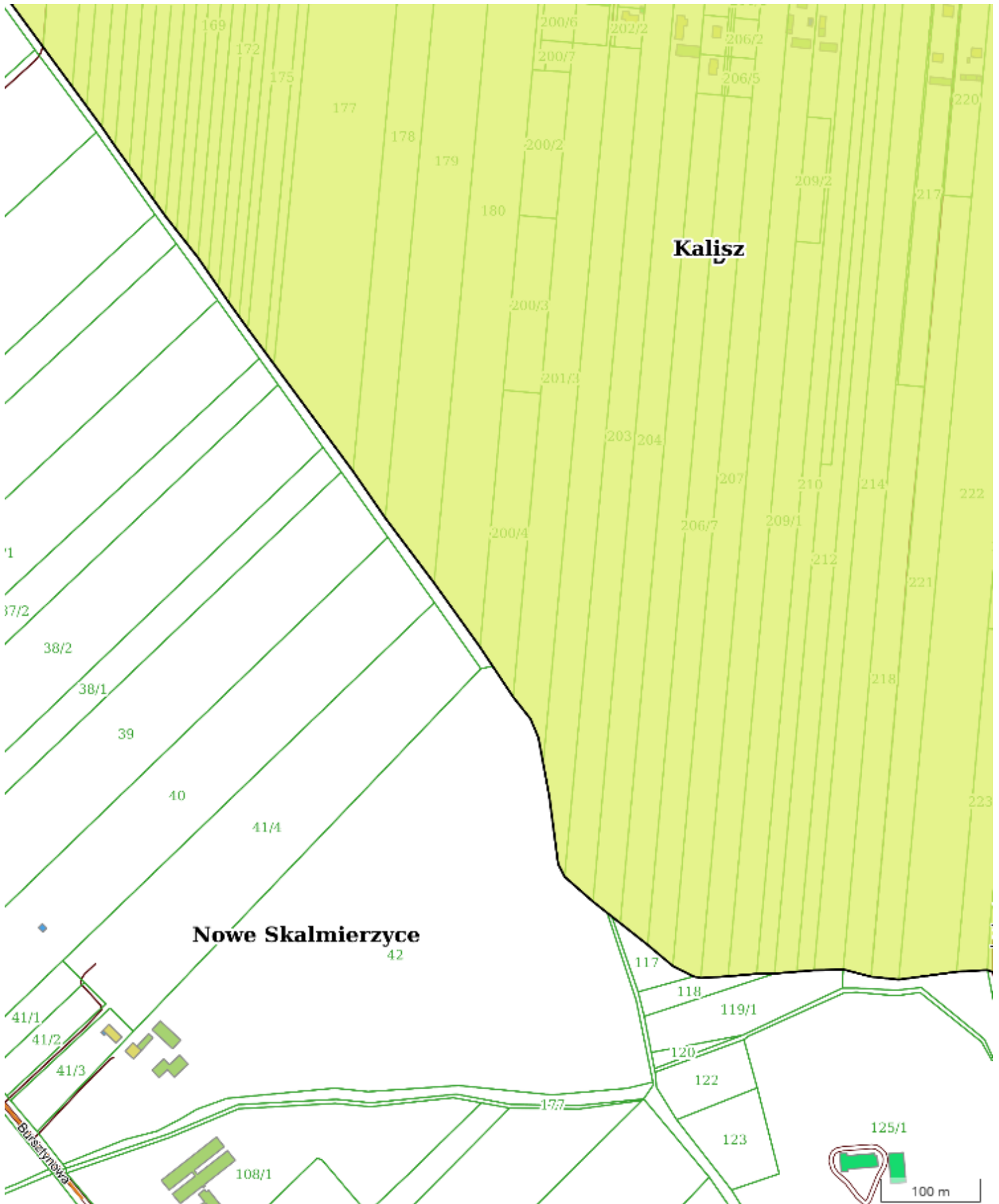
1:5000

Strona 83 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 83

X: 427509.97 Y: 435601.10



X: 426303.23 Y: 434608.89

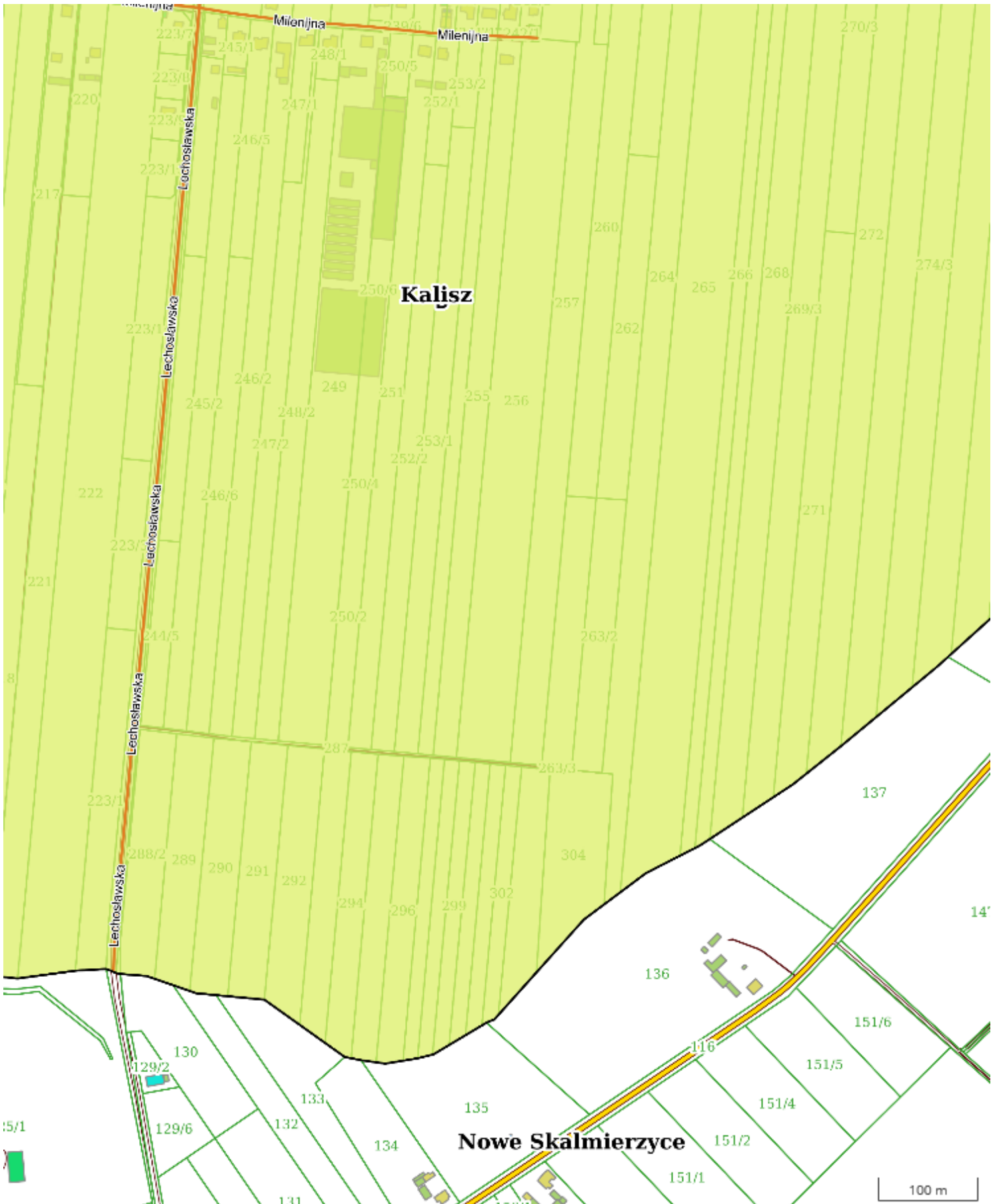
1:5000

Strona 84 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany

Strona 84

X: 427509.97 Y: 436479.52



X: 426303.23 Y: 435487.31

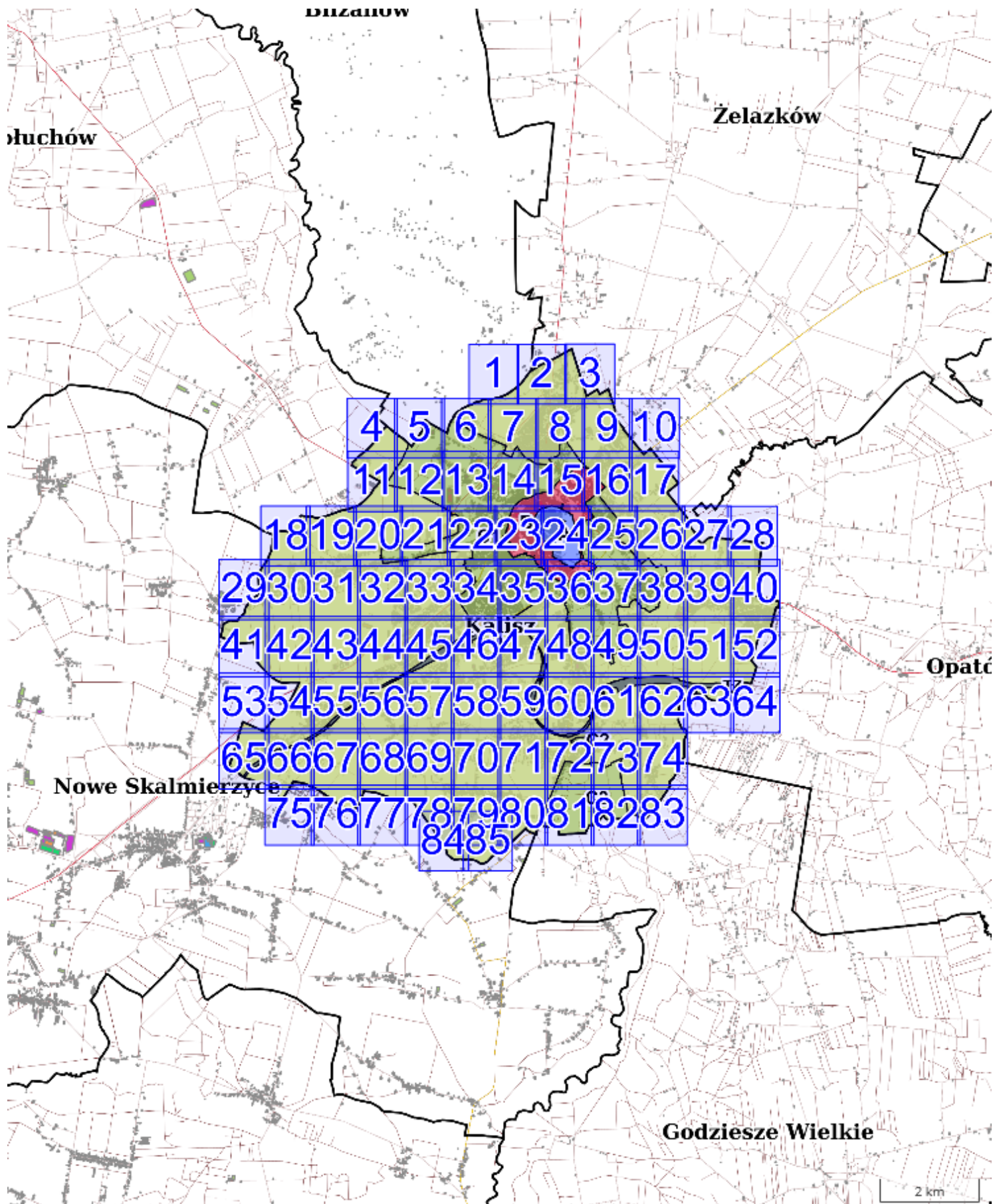
1:5000

Strona 85 z 88

Id: AD1D0EFE-4EAE-4366-9D24-33B906879702. Podpisany













Strona 85

X: 436874.81 Y: 441843.58



Legenda:












Jezdnia (bdot10k)

-  Jezdnia autostrady
 -  Jezdnia drogi ekspresowej lub głównej ruchu przyspieszonego
 -  Jezdnia drogi głównej (w skali)
 -  Jezdnia drogi głównej (symbol)
 -  Jezdnia drogi zbiorczej o nawierzchni twardej (w skali)
 -  Jezdnia drogi zbiorczej o nawierzchni twardej (symbol)
 -  Jezdnia drogi lokalnej, dojazdowej lub innej o nawierzchni twardej (w skali)
 -  Jezdnia drogi lokalnej, dojazdowej lub innej o nawierzchni twardej (symbol)
 -  Jezdnia drogi lokalnej, dojazdowej lub innej o nawierzchni utwardzonej
 -  Droga lokalna gruntowa
 -  Droga dojazdowa lub inna gruntowa
 -  Przejazd pod budynkiem
- Numer drogi
Nazwa ulicy



Granica projektu



Budynki ewidencyjne

-  b - budynki biurowe
-  g - budynki produkcyjne usługowe i gospodarcze dla rolnictwa
-  h - budynki handlowo-usługowe
-  i - pozostałe budynki niemieszkalne
-  k - budynki oświaty nauki i kultury oraz sportowe
-  m - budynki mieszkalne
-  p - budynki przemysłowe
-  s - zbiorniki silosy i budynki magazynowe
-  t - budynki transportu i łączności
-  x - Nieokreślony
-  z - budynki szpitali i inne budynki opieki zdrowotnej

Działki ewidencyjne

-  Granica działki
-  Zaznaczone działki

Uchwała krajobrazowa M. Kalisz - strefy

- Strefa A
- Strefa B
- Strefa C
- Strefa D
- Strefa TZ

Gminy

- Granice gmin

Załącznik Nr 3 do uchwały Nr
Rady Miasta Kalisza
z dnia2021 r.

Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Kalisza

WBUA.671.0001.2016
D2021.02.01517

Wykaz uwag wniesionych do projektu uchwały w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”
(Termin wyłożenia: od 30.11.2020r. do 31.12.2020r.; termin wnoszenia uwag: do 14.01.2021 r.)

Lp. uwagi	Data wpływu uwagi	Nazwisko i imię, nazwa jednostki organizacyjnej i adres zgłaszającego uwagi	Treść uwagi (pisownia oryginalna)	Oznaczenie nieruchomości, której dotyczy uwaga	Ustalenia projektu dla nieruchomości, której dotyczy uwaga	Rozstrzygnięcie Prezydenta Miasta Kalisza w sprawie rozpatrzenia uwagi		Rozstrzygnięcie Rady Miasta Kalisza załącznik do uchwały nr z dnia		Uwagi
						uwaga uwzględniona	uwaga nieuwzględniona	uwaga uwzględniona	uwaga nieuwzględniona	

1.	30.12.2020r.	Osoba fizyczna I	Po wejściu w życie uchwały krajobrazowej wiele firm oraz osób prywatnych (właściciele nieruchomości, na których umiejscowione są reklamy) zostanie pozbawionych przychodów. Czy w przypadku dużego uszczuplenia budżetu domowego właścicieli posesji, którzy uzyskali pozwolenie na posadowienie nośników reklamowych, władze miasta będą rekompensowały poniesione straty i w jaki sposób?	brak	-	-	-	-	-	[Dwie osoby wniosły uwagi o tej samej treści.] Brak uwagi – forma zapytania. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych.
	11.01.2021r.	Osoba fizyczna II		-						
2.			Ustawa krajobrazowa delegalizuje urzędnienia reklamowe, które zostały zainstalowane wcześniej na podstawie uzyskanych zgodnie z prawem zgód i zezwoleń, wydawanych przez właściwe organy państwowe.	brak	-	-	-	-	-	Brak uwagi – forma stwierdzenia. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową.
3.			Tzw. ustawa krajobrazowa daje władzom Miasta Kalisz możliwość zanegowania dotychczasowego porządku prawnego i ustanowienia zupełnie nowych praw obowiązujących na ich terenie. Oznacza to, że procesy budowlane przeprowadzone na podstawie powyższych zgód, związane także ze znaczącymi nakładami finansowymi ze strony inwestorów mogą stać się nielegalne, wymagające	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny.

			rozbiórki. W mojej ocenie działanie takie stanowi naruszenie zasady lex retro non agit oraz ochrony praw nabytych. Taki zapis w uchwale jest niezgodny z Konstytucją. Ochrona praw nabytych (Konstytucja RP art.2)							
4.			Zakaz lub ograniczenie ilości reklam, które umiejscowione są zgodnie z prawem wpłynię także na wartość odprowadzanego podatku	brak	-	-	-	-	-	Brak uwagi – forma stwierdzenia. Przyjęto do wiadomości. Zgodnie z ustawą krajobrazową [Ustawą z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] można wprowadzić opłatę reklamową lub wyznaczyć karę pieniężną za niedostosowanie do zapisów uchwały.
5.			Obecny zapis projektu uchwały rażąco narusza prawo własności (Konstytucja RP art.21 ust.1)	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny.
6.			Zmniejszenie ilości reklam, zwłaszcza w strefie D na posesjach prywatnych nie powinno być uwzględnione w projekcie, ponieważ zmniejsza możliwość reklamowania się firm co może mieć wpływ na konkurencyjność.	brak	§14	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nadrzędnym celem uchwały jest ograniczenie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego. W strefie D warunki i zasady sytuowania reklam są najmniej rygorystyczne spośród wszystkich stref. Uchwała krajobrazowa, zgodnie z ustawą krajobrazową [Ustawą z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)], musi dotyczyć całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.
7.			Sytuowanie tablic i nośników reklamowych w obszarach C i D z zachowaniem minimalnej odległości 40m jest absurdalne,	brak	§14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W sytuacji, kiedy nie ma możliwości zachowania wskazanej w projekcie uchwały odległości pomiędzy dwoma tablicami lub urządzeniami reklamowymi wolnostojącymi, reklamodawca może w dalszym

			gdyż niewiele jest posesji z tak długą linią granicy.							ciągu usytuować jeden tego typu obiekt, co uznaje się za wystarczające. Ilość nośników wolnostojących została uzależniona tym zapisem od wielkości działki. Na małej działce dopuszcza się jeden nośnik wolnostojący, na dużej, gdzie istnieje możliwość zachowania wskazanej odległości pomiędzy nośnikami, dopuszcza się usytuowanie dwóch sztuk lub więcej.
8.			Projekt ustawy krajobrazowej nie powinien zawierać punktów, które rażąco łamią prawo własności, ochronę praw nabytych, zezwalają na niezgodne z Konstytucją działanie prawa wstecz. Ustawa krajobrazowa powinna mieć na celu zlikwidowanie nielegalnych reklam, oraz zwiększoną kontrolę przy wydawaniu nowych pozwoleń na reklamę.	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową.
9.	30.12.2020r.	Jet Line Sp. Z o.o. ul. Broniewskiego 3 01-785 Warszawa	Przekraczanie w wielu zapisach upoważnienia ustawowego – zgodnie z art.37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym rada gminy może ustalić jedynie: warunki sytuowania, gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów z zatem niedopuszczalne jest np. w przypadku szyldów określanie materiałów, z których są one wykonane (np:§11 ust.2; §12 ust.3; §13 ust.2b)	Kalisz, Aleja Wojska Polskiego, dz. nr 62, obręb nr 073	§11 ust.2. §12 pkt 3) §13 pkt 2) lit. b)	Uwaga uwzględniona w części § 13 pkt 2) lit. b)	uwaga nieuwzględniona w części §11 ust.2. §12 pkt 3)	-	uwaga nieuwzględniona w części §11 ust.2. §12 pkt 3)	Upoważnienie ustawowe dotyczy zakazu narzucenia poprzez uchwałę standardów jakościowych i materiałowych dla szyldów. Rodzaje materiałów dla szyldów w projekcie uchwały zostały wskazane w celu ich rozróżnienia, głównie w definicjach, co jest nie tyle dopuszczalne, co konieczne do ustalenia warunków i zasad sytuowania. Doprecyzowano zapis §13 ust.2 lit. b). Zapis §11 ust.2 oraz zapis §12 pkt 3) określa rodzaj urządzenia reklamowego i nie zawiera nakazu jego zastosowania.
10.			Błędne stosowanie definicji ustawowych – np. Informacje o otwarciu lokalu, aktualnej		§13 pkt 2)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [art.2. ust.16d)] [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu

		ofercie – nie są szyldami (§13 ust.2);							przeznaczonym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)] poprzez szyld należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. Poprzez reklamę [art.2 ust.16a)] należy rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Wymienione elementy informują o prowadzonej działalności.
11.		Nieuwzględnienie praw nabytych, które muszą być bezwzględnie przestrzegane – niezgodne z Konstytucją RP są działania zmuszające właściciela konstrukcji do jej demontażu w przypadku, gdy wcześniej urząd wydał prawomocne pozwolenie na budowę lub potwierdził przyjęcie zgłoszenia (w załączeniu pozwolenie na budowę konstrukcji reklamowej wydane przez Prezydenta Miasta Kalisza – zgodnie z zapisami projektu uchwały konstrukcja ta będzie musiała być zdemontowana);	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Samorząd nie ma uprawnień do stwierdzenia niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)	
12.		Nieokreślenie warunków	-	-	uwaga	-	uwaga	Brak określenia do konkretnego zapisu projektu	

			dostosowania w sposób jednoznaczny;				nieuwzględniona		nieuwzględniona	uchwały, co uniemożliwia rozpatrzenie uwagi.
13.			niewykonanie analizy skutków finansowych, jakie przyniesie wprowadzenie uchwały dla: miasta, przedsiębiorców, mieszkańców.		-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania takich analiz. Pomimo tego, na podstawie usługi doradczej realizowanej w ramach Projektu POWER 2.18 „Partnerstwo na rzecz podnoszenia jakości i efektywności usług administracyjnych w miastach w zakresie podatków i opłat lokalnych oraz zarządzania nieruchomościami”, zadanie Z.3.3 „Wsparcie w zakresie opłaty reklamowej” dla Urzędu Miasta Kalisza, powstał dokument wdrożenia systemu poboru opłaty reklamowej oraz sposobu monitorowania jej skutków finansowych i społecznych w Kaliszu.
14.			wnosząc o jego odrzucenie w całości. Praca nad nowym projektem powinna być poprzedzona wykonaniem inwentaryzacji, audytu obowiązującego prawa i jego interpretacji, analizą skutków prawnych i materialnych oraz szerokimi konsultacjami społecznymi.		-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienia nie są regulowane uchwałą krajobrazową. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania takich analiz i konsultacji. Pomimo tego przeprowadzono inwentaryzację reklam w śródmieściu oraz powstał dokument wdrożenia systemu poboru opłaty reklamowej oraz sposobu monitorowania jej skutków finansowych i społecznych w Kaliszu. Ponadto przeprowadzono konsultacje społeczne w 2017r. oraz w 2020r.
15.	04.01.2021r.	Komitet Rewitalizacji Miasta Kalisza	rekomenduje istotne skrócenie terminów dostosowania do wymogów uchwały, o których mowa w § 7.1-3 projektu Projekt uchwały o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń	brak	§ 7 ust. 1. § 7 ust. 2. § 7 ust. 3.	uwaga uwzględniona w części § 7 ust. 2.	uwaga nieuwzględniona w części § 7 ust. 1. i § 7 ust. 3.	-	uwaga nieuwzględniona w części § 7 ust. 1. i § 7 ust. 3.	Wydłużenie terminów dostosowawczych nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju. Z punktu widzenia problematyki chaosu reklamowego w mieście, podstawowym terminem dostosowawczym jest termin 24 miesięcy dla niezgodnych z uchwałą tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami

		<p>reklamowych oraz ogrodzeń dla miasta Kalisza z dnia 30 listopada 2020 roku przewiduje podstawowy termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wynoszący 36 miesięcy, z wyjątkami: dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i niezgodnych z §14 pkt 1 lit. c (termin krótszy – 24 miesiące) oraz dla szyldów, będących budowlami i sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę niezgodnych z § 13 pkt 13 (termin dłuższy – 60 miesięcy). W ocenie Komitetu Rewitalizacji, wyżej wskazane terminy dostosowania niezgodnych z wymogami uchwały krajobrazowej i istniejących w chwili jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych są zbyt długie z punktu widzenia nie tylko celów stricte rewitalizacyjnych, ale również z punktu widzenia celów samej uchwały krajobrazowej, wśród których wymieniono m.in. realizację oczekiwania społecznego wyrażonego w konsultacjach społecznych przeprowadzonych we wrześniu 2017 roku. Należy mieć na</p>							<p>w zbyt małej odległości od skrzyżowań (tzw. newralgicznych obiektów). Skrócono ten termin do 12 miesięcy (§ 7 ust. 2.). Terminy dostosowawcze nie przyczynią się do utrwalenia przekonania o nieefektywności instrumentów prawnych, ponieważ dotyczą tylko obiektów istniejących. Dla nowo powstałych reklam zasady obowiązują od dnia wejścia w życie uchwały.</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			<p>względnie, że uchwała w sprawie przystąpienia do sporządzenia projektu uchwały krajobrazowej została przyjęta przez Radę Miejską Kalisza 27 października 2016 roku, a więc ponad 4 lata temu. Podstawowy okres dostosowania newralgicznych z punktu widzenia uchwały obiektów (urządzeń i tablic reklamowych), wynoszący 3 lata, może przyczynić się do utrwalenia negatywnie oddziałującego przekonania o nieefektywności instrumentów prawnych służących poprawie estetyki przestrzeni publicznej, szczególnie tej w obszarze rewitalizacji. Należy mieć przy tym na uwadze, że projekt uchwały krajobrazowej dla Miasta Kalisza wyłącza z obowiązku dostosowania do wymogów uchwały istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury oraz wszystkich rodzajów ogrodzeń. W innych miastach, które przyjęły uchwały krajobrazowe, termin podstawowy dostosowania do jej wymogów był z reguły krótszy lub znacznie krótszy: - Ciechanów – 12 miesięcy 1, - Łódź – dla Obszaru Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej oraz Strefy I – 12 miesięcy 2, - Karpacz – 12</p>						
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

			miesiący 3, - Nowy Targ – 12 miesiący 4 - Sopot – tablice reklamowe i urządzenia reklamowe – 12 miesięcy, szyldy – 24 miesiące 5, - Tarnów – 18 miesięcy 6, - Gdańsk – 24 miesiące 7, - Kraków – 24 miesiące 8, - Łask – 24 miesiące 9, - Szczecin – 24 miesiące							
16.	05.01. 2021r.	McDonald's Polska Sp. z o.o., ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa	Prośba o uwzględnienie wymienionych nośników	Al. Wojska Polskiego o 120, Al. Wojska Polskiego o 11c	-	uwaga uwzględniona w części dotyczącej nośników spełniających warunki projektu uchwały	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników nie spełniających warunków projektu uchwały	-	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników w nie spełniających warunków w projektu uchwały	Wymieniono listę stosowanych nośników reklamowych w całym kraju przez sieć restauracji, bez wyszczególnienia tych zastosowanych w Kaliszu.
17.			Powszechnie stosujemy następujące kategorie znaków: Znaki na elewacji/dachu budynku: 2 x znak świetlny 'M' o powierzchni reklamowej 0,92 m2 każdy (łącznie powierzchnia reklamowa 1,84 m2); 3 x znak świetlny napis 'McDonald's' o powierzchni reklamowej 3,27 m2 każdy (łącznie powierzchnia reklamowa		-	uwaga uwzględniona w części dotyczącej nośników spełniających warunki projektu uchwały	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników nie spełniających warunków projektu uchwały	-	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników w nie spełniających warunków w	Spółka jest właścicielem dwóch restauracji w Kaliszu pod adresami: Aleja Wojska Polskiego 11c oraz Aleja Wojska Polskiego 120. Pierwsza z wymienionych znajduje się na działkach nr 79/2, nr 75/5, nr 74/14 (obręb 037 Ogrody) oraz na działkach nr 122/1 i nr 123/1 (obręb 036 Śródmieście II). Działki w obrębie Śródmieście znajdują się w ustalonej w uchwale strefie B, natomiast działki w obrębie Ogrody znajdują się w strefie C. Druga restauracja (Aleja Wojska Polskiego 120) znajduje się w strefie D (działki nr 16/20, nr 16/4 i nr 17/44, obręb 077 Dobrzec). Zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27

		<p>9,81 m2); 2 x napis 'McCafé' o powierzchni reklamowej 1,50 m2 każdy (łącna powierzchnia reklamowa 3,0 m2).</p> <p>Wymienione powyżej znaki co do zasady pełnią funkcję szyldów.</p> <p>Znaki reklamowe na terenie nieruchomości poza budynkiem: 1 x pylon reklamowy o wysokości od 5 m do 55m, z dwustronnymi znakami o łącznej powierzchni reklamowej 86,8 m2 - 96,8 m2, składającymi się z: (i) 1 x dwustronny znak 'M' o łącznej powierzchni 38,8 m2, (ii) 1 x dwustronna tablica z napisem 'McDonald's' o łącznej powierzchni 26,4 m2, (iii) 1 x dwustronna tablica z napisem 'McCafé' o łącznej powierzchni 21,6 m2, (iv) opcjonalnie: 1 x dwustronna tablica ze znakiem '24H' (łącna powierzchnia 10 m2); 3 x maszt flagowy o wysokości 10 m2 i dwustronna flaga każda o łącznej powierzchni reklamowej 6 m2 (łącznie 18 m2) . Co do zasady pylony i maszty ustawiane są przy restauracjach, w których możliwa jest obsługa klientów zmotoryzowanych.</p>					<p>projektu uchwały</p> <p>marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)] wszystkie reklamy na wyżej wymienionych działkach są szyldami. Zgodnie z zasadami i warunkami sytuowania reklam projekt uchwały nie przewiduje sytuowania szyldu w postaci totemu w strefie B. Jest to najwyższa dopuszczona forma szyldu i można ją lokalizować jedynie w strefie D.</p> <p>Zgodnie z projektem uchwały istniejące na budynku reklamy jako urządzenia reklamowe będące szyldami w postaci liter przestrzennych mogą być usytuowane na dachu w liczbie dwóch. Jednocześnie muszą wpisywać się w zasadę proporcji [zgodnie z § 4 ust.1 pkt 23) projektu uchwały] uzależniającą gabaryt szyldu od wysokości budynku na którym jest zlokalizowany. Ponadto zgodnie z §13 pkt 6) dopuszcza się sytuowanie takiego szyldu na dachach płaskich o spadku poniżej 10 stopni i w płaszczyźnie elewacji ponad nią.</p> <p>W strefie C i D można sytuować do 5 szyldów wolnostojących (na podmiot na nieruchomości, na której prowadzi on działalność), trwale związanych z gruntem, z wymienionego w uchwale katalogu [§13 pkt13)]. Liczbę tą uznaje się za wystarczającą.</p> <p>Dodatkowo istnieje możliwość sytuowania szyldów na meblach ogródków gastronomicznych i parasoli w określonych w projekcie uchwały: warunkach, liczbie i gabarycie [§13 pkt9) i pkt10)].</p> <p>W uchwale nie przewiduje się sytuowania szyldów na ogrodzeniach oraz szyldów w postaci masztów flagowych. Występujące w przestrzeni miejskiej maszty flagowe są zbyt wysokie i zgrupowane po kilka sztuk w rzędzie, do tego posiadają rzucający się w oczy element ruchomy w postaci flagi – często w jaskrawych barwach. Reklamy na ogrodzeniach to</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>Stanowią informację o znajdującej się przy nich restauracji dla osób znajdujących się w jej okolicy. Podane powyżej wymiary pylonu reklamowego w zależności od lokalizacji, jej potrzeb i naturalnych ograniczeń mogą być mniejsze.</p> <p>Znaki na tzw. linii drive'a na nieruchomości poza budynkiem: 1 x pre-sell board o powierzchni reklamowej 3,88 m², przedstawiający skróconą wersję oferty produktowej McDonald's; 1 x drive thru canopy o powierzchni reklamowej 2,8 m²; stanowi też miejsce przyjmowania zamówień od kierowców; zawiera daszek chroniący urządzenie; 1 x menuboard 3-panelowy totem o powierzchni reklamowej 4,32 m², przedstawiający całą ofertę produktową dostępną w restauracji McDonald'; 1 x hero board o powierzchni reklamowej 8,12 m², informujący kierowców o aktualnie obowiązującej ofercie promocyjnej; 1 x menuboard cenowy (cennik) o powierzchni reklamowej 2,1 m²; 1 x dwustronna bramka wysokościowa o łącznej powierzchni reklamowej 6,50m²;</p>						<p>jedne z najczęściej występujących rodzajów reklam w mieście i stwarzają najwięcej negatywnych skutków. Obie formy nośników są łatwe do usunięcia. Maszty flagowe powinny być zarezerwowane jedynie dla treści związanych z promocją miasta.</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>Powyższe znaki mają na celu umożliwienie klientom zmotoryzowanym zapoznanie się z ofertą produktową, w tym promocyjną restauracji, złożenie zamówienia oraz bezpieczne poruszanie się na tzw. linii drive'a. W związku z definicjami ustawowymi oraz wprowadzonymi w drodze uchwały ww. znaki mogą być uznane jako tablice lub urządzenia reklamowe.</p> <p>Znaki kierunkowe na drogach wewnętrznych na nieruchomości poza budynkiem: 2 x dwustronny znak kierunkowy o powierzchni reklamowej 1,14 m² z każdej strony (łącznie 4,56 m²); 1 x dwustronny totem o powierzchni reklamowej 18,6 m² ;</p> <p>Powyższe znaki mają na celu bezpieczną i wygodną dla gości restauracji organizację ruchu na nieruchomości.</p> <p>Znaki reklamowe na ogrodzeniu i meblach zewnętrznych: ogrodzenie szklane o powierzchni reklamowej 163,3 m² – sposób obliczania: (i) przeszło 150 cm: na każdym przeszle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,39 m² każdy; 13 dwustronnych przeszeli, co łącznie daje 10,14 m² powierzchni reklamowej,</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>(ii) przeszło 200 cm: na każdym przeszle 2 pasy reklamowe o powierzchni 0,385 m2 każdy; 4 dwustronne przeszła, co łącznie daje 6,16 m2 powierzchni reklamowej;</p> <p>parasole – 4,33 m2: (i) średnica 300 cm: 4 x znak ‘M’, 4 parasole o łącznej powierzchni reklamowej wynoszącej 0,65 m2, (ii) średnica 510 cm: 5 x znak ‘M’, 1 parasol o łącznej powierzchni reklamowej 1,93 m2; (iii) 3 x śmietnik drive thru lane o łącznej powierzchni grafik 1,90 m2 (2 pola na każdym śmietniku o powierzchni 0,32 m2 każdy); (iv) 3 x śmietnik w ogródku letnim o łącznej powierzchni grafik 0,18m2 (powierzchnia grafiki na każdym śmietniku 0,06 m2); (v) 1 x plac zabaw dla dzieci – powierzchnię reklamową w każdej lokalizacji powinno się szacować indywidualnie, ponieważ są stosowane różne rodzaje zabawek.</p>							
18.			Należy pamiętać, iż w każdej lokalizacji liczba śmietników, parasoli czy przeszle ogrodzenia jest dobierana indywidualnie, dlatego też ilość elementów, a co za tym idzie łączna	dział II rozdział 1	uwaga uwzględniona w części dotyczącej j	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej j	-	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej	Istnieje możliwość sytuowania szyldów na meblach ogródków gastronomicznych i parasoli w określonych w projekcie uchwały: warunkach, liczbie i gabarycie [§13 pkt9) i pkt10)]. W uchwale nie przewiduje się sytuowania szyldów na ogrodzeniach.	

			powierzchnia reklamowa, może się od siebie różnić.			nośników spełniających warunki projektu uchwały	nośników nie spełniających warunków projektu uchwały		ej nośników w nie spełniających warunków w projekcie uchwały	
19.			Ponadto, prosimy o uwzględnienie w projekcie uchwały w szczególności sposobu prowadzenia usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie drive thru, tj. bez wysiadania z samochodu (towar wydawany jest z okienka wprost do pojazdu). Zmotoryzowani klienci powinni mieć możliwość zapoznania się z ofertą, menu, cennikiem na tzw. linii drive'a. Informacje te zazwyczaj znajdują na podświetlanych tablicach, na których, zgodnie z odrębnymi przepisami, przedstawia się nie tylko zdjęcie produktu, ale i cenę zakupu. W praktyce nie ma innej (niż graficzna) możliwości przedstawienia menu, w przypadku gdy zainteresowana osoba obsługiwana jest bez wychodzenia z samochodu.		dział II rozdział 1	uwaga uwzględniona w części dotyczącej nośników spełniających warunki projektu uchwały	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników nie spełniających warunków projektu uchwały	-	uwaga nie uwzględniona w części dotyczącej nośników w nie spełniających warunków w projekcie uchwały	W strefie C i D można sytuować do 5 sztyków wolnostojących (na podmiot na nieruchomości, na której prowadzi on działalność), trwale związanych z gruntem, z wymienionego w uchwale katalogu [§13 pkt13)]. Liczbę tą uznaje się za wystarczającą.
20.			Dodatkową argumentacją przemawiającą za		-	-	uwaga nieuwzglę	-	uwaga nieuwzgl	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajoobrazową. Samorząd nie ma uprawnień do stwierdzania

			uwzględnieniem powyższych postulatów jest fakt, że zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego. W przypadku pytań, co do szczegółowego sposobu wyposażenia restauracji w znaki informacyjne, pozostają dyspozycji.				dniona		ędniona	niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. „(...) Ochrona praw nabytych nie oznacza nienaruszalności tych praw. Zasada ochrony praw nabytych nie ma charakteru absolutnego i nie wyklucza stanowienia regulacji mniej korzystnych dla jednostki. (...) Odstąpienie od ochrony praw nabytych jest dopuszczalne w szczególnych okolicznościach, gdy przemawia za tym inna zasada prawnokonstytucyjna” - Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22 czerwca 1999 r. (K 5/99) Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)
21.	11.01.2021r.	Osoba fizyczna	Rozumiem i w znacznej mierze popieram zamierzenia UM zawarte w projekcie uchwały krajobrazowej. To ruch w dobrą stronę, zmierzający do zaprowadzenia porządku w tym	ul. Górnośląska 65	dział II rozdział 2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W części brak uwagi – forma stwierdzenia i zapytania. Celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie przestrzeni miasta i wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Osiągnięcie celu jest niemożliwe bez ograniczenia gabarytu tablic i urządzeń reklamowych.

		<p>zakresie. Tym niemniej, moim zdaniem, należy uważać by " nie wylać dziecka z kąpielą ", i nie zrobić więcej szkód niż zamierzone korzyści. Nie chcę poruszać tematów już podnoszonych , a dotyczących działalności gospodarczej, podatków, przychodów, miejsc pracy itp. Oczywiście jest, że uchwała krajobrazowa nie zakazuje działalności w zakresie reklamy, ale ogranicza ją w bardzo poważnym stopniu , bez względu na towarzyszące okoliczności i warunki. W moim przypadku, dysponuję i wynajmuję na cele reklamowe 2 ściany szczytowe budynku , każda o pow. ok. 80 m2. Reklamy i ich usytuowanie spełniają praktycznie wszystkie wymagania projektu uchwały krajobrazowej w tym m.in. w zakresie prawnym , bezpieczeństwa użytkowników dróg, jakości, estetyki itd. za wyjątkiem ich powierzchni. Jestem zaliczony do strefy c i uchwała pozwala mi na instalację reklam o pow. 12 m2 . To bardzo drastyczne ograniczenie. Dochód z tych reklam jest bardzo istotnym składnikiem pozwalającym na pokrycie kosztów utrzymania nieruchomości, koniecznych nakładów a także podatków. Czy</p>							<p>Ustawodawca daje możliwość określenia gabarytów nośników w zapisach ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (art. 37 a ust. 1 i ust.2) [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)].</p> <p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			UM przewiduje w takich przypadkach jakieś ulgi podatkowe, dofinansowania bądź rekompensaty?							
22.			Wnoszę, o ujęcie w uchwale przepisów pozwalających w wyjątkowych przypadkach na możliwość wystąpienia do WBUiA lub/ i / Plastyka Miejskiego o zgodę na indywidualne rozwiązania w tym zakresie. Myślę, że byłoby to rozsądne rozwiązanie, tym bardziej, że reklam wielkoformatowych jest w Kaliszu bardzo niewiele, i chyba w ogóle nie występują w strefie A, a jest na nie zapotrzebowanie rynku.		-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Zgodnie z § 118 w związku z § 143 rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej w uchwale nie powtarza się przepisów zawartych w ustawach i rozporządzeniach. Nieprawidłowe jest również wprowadzanie do uchwały obowiązków proceduralnych nie przewidzianych w przepisach odrębnych (na przykład uzgodnienia sytuowania obiektów z architektem miejskim czy plastykiem miejskim, obowiązku uzyskania pozwolenia albo uzgodnienia z wojewódzkim konserwatorem zabytków)
23.	12.01. 2021	Castorama Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, pod adresem ul. Krakowiaków 78, Warszawa	§ 4pkt 20 Uchwały (definicja totemu) Wnoszę o zmianę definicji „totemu” w § 4 pkt 20 Uchwały w taki sposób, aby maksymalna wysokość totemu wynosiła 25 m. Ponadto wnoszę o doprecyzowanie Uchwały w ten sposób, żeby wynikało z niej jednoznacznie, że totem traktowany jest jako jeden sztyl bez względu na liczbę przestrzennych form służących ekspozycji reklamy zwieńczających totem. Dopuszczenie totემów o powyższych parametrach jako formy informowania o	ul.Tylna 17-23	§ 4 ust.1. pkt 20)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Doprecyzowano zapis i zwiększono dopuszczalną maksymalną wysokość totemu do 25 m.

			działalności przedsiębiorców prowadzących działalność w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych jest powszechne i usprawiedliwione usytuowaniem takich obiektów – w szczególności dopuszczenie wnioskowanej wysokości totemu jest wymagane dla zachowania widoczności umieszczonych na nich logo.							
24.			§ 7 ust.1 Wnoszę o zmianę (doprecyzowanie) § 7 ust. 1 Uchwały w ten sposób, aby wynikało z niego, że dotyczy on też szyldów.	§ 7 ust. 1	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W §7 ust.1 projektu uchwały jest mowa o tablicach i urządzeniach reklamowych, więc zapis dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami oraz niebędących szyldami. Nie ma potrzeby precyzowania zapisu.	
25.			Jednocześnie wnoszę o przedłużenie okresu dostosowawczego dla szyldów do co najmniej 60 miesięcy od dnia wejścia w życie Uchwały.	§ 7		uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wydłużenie terminów nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju i nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia.	
26			§ 11 ust.1 Uchwały Wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D nie więcej niż 20 szyldów w formie wolnostojącej na danej nieruchomości bez względu na liczbę podmiotów prowadzących działalność na tej nieruchomości (maksymalna liczba szyldów wolnostojących na danej nieruchomości bez względu na to, czy prowadzi na niej działalność jeden czy więcej podmiotów). Nieruchomości, na których	§ 11	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z art.37a ust.2. ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) w odniesieniu do szyldów w uchwale, o której mowa w ust. 1, określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. W związku z powyższym liczbę szyldów można określić dla podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości a nie dla nieruchomości z nieokreśloną liczbą podmiotów. Uwaga wynika z błędnej interpretacji przepisu.	

			<p>znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, mają duże powierzchnie i zwykle są użytkowane przez jeden podmiot (właściciela obiektu handlowego) – wszystkie ustawione na tej nieruchomości nośniki reklamowe są szyldami tego podmiotu (w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym) – w tej sytuacji ograniczenie liczby wolnostojących szyldów jednego podmiotu do 5 nie ma uzasadnienia i jest krzywdzące dla właściciela nieruchomości. Wnosząc uwagi do projektu uchwały w fazie konsultacyjnej Castorama wniosła o dopuszczenie maksymalnie 20 szyldów wolnostojących na danej nieruchomości (a nie 20 dla każdego podmiotu, jak zostało to zinterpretowane przez Urząd Miasta), Uwaga została rozpatrzona negatywnie, w pkt 5.1. dokumentu Urzędu Miasta Kalisza zatytułowanego Zestawienie Uwag. Uchwała Krajobrazowa z dnia 31.03.2020 roku („Zestawienie”) odrzucenie uwagi uzasadniono, m.in. w ten sposób, że gdyby uwaga została uwzględniona a na nieruchomości prowadziłyby działalność 10 podmiotów, to</p>							
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			<p>dopuszczalne byłoby umieszczenie nawet 20 wolnostojących szyldów. Taki wniosek nie jest prawidłowy.</p> <p><u>Castorama wносиła i nadal wноси o dopuszczenie maksymalnie 20 szyldów na danej nieruchomości, a nie 20 szyldów dla każdego podmiotu.</u> Jest rozwiązanie znacznie bardziej korzystne dla ładu przestrzennego niż przewidziane w Uchwale. Zgodnie z obecnym brzmieniem Uchwały bowiem, jeżeli na nieruchomości prowadzi działalność 10 podmiotów, to może być 50 wolnostojących szyldów. Zgodnie z propozycją Castorama w takiej samej sytuacji (10 podmiotów na jednej nieruchomości) maksymalna liczba szyldów wolnostojących wynosiłaby 20.</p>						
27			<p>§ 11 ust.1</p> <p>Wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe urządzeń reklamowych w postaci masztów flagowych – w liczbie 10 sztuk, przy zachowaniu następujących parametrów – wysokość masztu nie większa niż 12 m, powierzchnia flagi nie większa niż 6 m².</p>	§ 11	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Uchwała nie przewiduje tego rodzaju szyldu.</p> <p>Występujące w przestrzeni miejskiej maszty flagowe są zbyt wysokie i zgrupowane po kilka sztuk w rzędzie, do tego posiadają rzucający się w oczy element ruchomy w postaci flagi – często w jaskrawych barwach. Zgrupowane maszty stanowią znaczące dominanty urbanistyczne i przyczyniają się do powstawania chaosu reklamowego. W strefie D można sytuować do 5 szyldów wolnostojących (na podmiot na nieruchomości, na której prowadzi on działalność), trwale związanych z gruntem, z wymienionego w uchwale katalogu [§13 pkt13)]. Liczbę tą uznaje się za wystarczającą.</p>

			<p>Urządzenia reklamowe w formie masztów flagowych są powszechnie dopuszczane na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe (także w gminach, w których zostały podjęte uchwały krajobrazowe), wnioskowane parametry (liczba, wysokość, powierzchnia flagi) są standardowe dla urządzeń reklamowych tego rodzaju, a jednocześnie zapewniają wymaganą widoczność flagi. W Zestawieniu w pkt 5.6. nie uzasadniono powodu niedopuszczenia sytuowania szyldów w formie masztów flagowych w strefie D. Braku możliwości sytuowania takich szyldów nie rekompensuje prawo do umieszczenia szyldów równoległych do budynków.</p>							
28.			<p>§ 13 pkt 5 ppkt b Wnoszę o zniesienie ograniczeń maksymalnych wymiarów szyldu równoległego do elewacji umieszczonego niezależnie od pasa reklamowego w formie tablic reklamowych lub liter przestrzennych w obszarze (strefie) D w przypadku szyldów znajdujących się na wielkopowierzchniowych obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m². Taka zmiana będzie</p>		§13 pkt 5) lit. b)		uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Poszczególne zapisy uchwały nie muszą być spójne z innymi, ponieważ ustawodawca dopuszcza stosowanie różnych regulacji dla różnych obszarów gminy pod warunkiem określenia w sposób jednoznaczny granic tych obszarów. Nie ma potrzeby sytuowania szyldów na wszystkich elewacjach bocznych budynku, tym bardziej, że dopuszcza się sytuowanie szyldu wolnostojącego w postaci wysokiego totemu o kilku ekspozycjach skierowanych w różnych kierunkach. Usunięto zapis dotyczący nieograniczonego gabarytu szyldu.</p>

		<p>spójna z § 13 pkt 1 ppkt e) Uchwały, który nie przewiduje limitów powierzchni dla szyldów równoległych w pasie reklamowym usytuowanych na wielkopowierzchniowych obiektach handlowych w strefie D. W wielkopowierzchniowych obiektach handlowych, takich jak obiekt Castorama, elewacje boczne są często pozbawione otworów okiennych i drzwi. Wobec tego na tych elewacjach nie można umieścić liter przestrzennych lub tablic reklamowych w pasie reklamowym w rozumieniu Uchwały. Takie elewacje stanowią jednolita pozbawiona otworów okiennych i drzwiowych ścianę, na których umieszcza się szyldy. Ze względu na dużą kubaturę budynku szyld np. w formie liter przestrzennych musi mieć powierzchnię adekwatną do powierzchni, na której jest umieszczony. Pozostawienie dotychczasowego limitu – 18 m² – nie tylko nie zapewni właściwej widoczności szyldu, ale spowoduje, że zmniejszone szyldy nie będą pozostawać we właściwej proporcji z powierzchnią budynku. Sposób usytuowania i parametry szyldów Castorama są elementem projektu</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			architektoniczno-budowlanego, według którego są projektowane i budowane obiekty Castorama w całej Polsce. Projekty te zostały zatwierdzone prawomocną decyzją o pozwoleniu na budowę. Projekt szyldu, w tym jego rozmiary i sposób usytuowania, jest chroniony prawami autorskimi i jego zmiana nie jest możliwa bez zgody twórcy projektu budowlanego.							
29	13.01.2021r.	Kaliska Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko – Własnościowa	Z uwagi na aktualną sytuację gospodarczą związaną z przedłużającym się okresem epidemii, wnioskuję o wprowadzenie w chwili obecnej przepisów dotyczących tylko nowo sytuowanych obiektów.	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Zgodnie z aktualnym orzecznictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych „legalnie” posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18. Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)
30			§ 2.1; 2.2. - mało czytelne granice obszarów	-	§ 2 ust.2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z art.37a, ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) należy w sposób jednoznaczny określić granice tych obszarów. W

										<p>uchwale krajobrazowej Miasta Kalisza granice zostały w większości poprowadzone po granicach poszczególnych działek, a ich szczegółowy opis znalazł się w części tekstowej. Granice zostały dodatkowo pokazane na załączniku graficznym w skali 1:20000. Załącznik graficzny nie jest obligatoryjną częścią uchwały a granice mogą być zamieszczone tylko w formie opisu w części tekstowej. Uaktualniony załącznik graficzny projektu uchwały znajdował się od jego wyłożenia do publicznego wglądu i znajduje się nadal w systemach informacji przestrzennej Miasta Kalisza: MSiP (Miejski System Informacji Przestrzennej) oraz RZIIP AKO (Regionalna Zintegrowana Infrastruktura Informacji Przestrzennej Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej). W w/w portalach dostępnych w internecie istnieje możliwość podglądu każdej działki, wygenerowanie raportu, wydruku itp. Ponadto w okresie wyłożenia do publicznego wglądu istniała możliwość osobistego stawienia się w Urzędzie i zapoznania się z projektem uchwały w zakresie tekstowym jak i graficznym, w formie papierowej oraz elektronicznej</p>
31			<p>Rozdział 1 – Zasady i warunki dotyczące sztyldów § 12 pkt 2; § 13 pkt 2a; - ograniczenie przesłaniania szyb w witrynach uzasadnia się funkcją wystawienniczą. W jaki sposób funkcję wystawienniczą mają spełnić w swoich witrynach: sklepy spożywcze, wędliniarskie, lokale prowadzące usługi kosmetyczne, stomatologiczne, rehabilitacyjne,</p>		§12 pkt 2) §13 pkt 2) lit. a)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. Uchwała nie zakazuje zasłaniania witryn w całości, a jedynie ogranicza pole zasłonięcia przeszklenia. Ponadto, jeśli naklejka nie posiada treści reklamowej, nie jest reklamą ani szyldem – nie podlega warunkom i zasadom uchwały krajobrazowej. Uwaga wynika z błędnej interpretacji przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27 marca</p>

			<p>lekarskie; instytucje finansowe itp.</p> <p>W w/w placówkach, z uwagi na charakter prowadzonej działalności, szyby są oklejone w sposób trwały. W witrynach znajdują się reklamowe przekazy o towarach lub usługach wykonane estetycznie i zgodnie z profilem działalności. Oklejenie szyb folią lub sitodrukiem jest również stosowane w celu ograniczenia nasłonecznienia. Likwidacja tego typu witryn wiązałaby się z ogromnymi kosztami wymiany oszklenia. Narzucenie ścisłych wymiarów szyldów również będzie się wiązało z ponoszeniem dużych kosztów przez podmioty gospodarcze prowadzące działalność handlową lub usługową. Ograniczenie możliwości działania firm reklamowych będzie miało wpływ na obniżenie dochodów z tytułu reklam dla zarządców nieruchomości a dochody te przeznaczone są na fundusze remontowe.</p>							<p>2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)]. Należy dodać, że otwarcie witryn umożliwi wgląd wewnątrz i zachęca do zapoznania się z asortymentem sklepu. Dostęp do światła dziennego jest wskazany dla pracowników sklepów i lokali usługowych, o czym mówią przepisy odrębne.</p>
32	13.01.2021r.	AMS S.A., ul.Czerska 8/10, Warszawa	<p>§15.2) Zmiana treści zapisu w następujący sposób: Z: „zakazuje się sytuowania w obszarach A i B tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami, emitujących zmienne</p>	brak	§15 pkt 2)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Wprowadzenie zmian w zapisie uniemożliwia osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania chaosu reklamowego w mieście. Reklamy emitujące zmienne światło wpływają negatywnie na estetykę i bezpieczeństwo na drogach.</p>

			światło, pulsujących lub migających.” Na:„zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących sztyldami, pulsujących lub migających”							
33			§4.1.2) Zmiana treści zapisu poprzez doprecyzowanie wymiarów powierzchni ekspozycji citylighta o powierzchni ekspozycji w formacie odpowiednio szerokości i wysokości 1,20 m x 1,80 m	§4 ust. 1 pkt 2)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W definicji reklamy typu citylight nie zostały wpisane wymiary, ponieważ istnieją różne typy tego nośnika. Dopuszczalne gabaryty citylightów zostały zawarte w dalszych przepisach uchwały.	
34			§4.1.1) Uzupełnienie §4.1.1) poprzez dodanie treści o następującym brzmieniu “(...) dopuszcza się cyfrowe tablice reklamowe I cyfrowe urządzenia reklamowe – należy przez to rozumieć taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, które wykonane jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920x1080 lub b) z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 6 mm w przypadku tablicy w formacie 9m ² lub o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, w przypadku tablicy 18m ² ;	§4 ust. 1 pkt 1)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nie ma konieczności szczegółowego doprecyzowania technologii nośników reklamowych w definicji billboardu.	

			Jednocześnie cyfrowa tablica reklamowa lub cyfrowe urządzenie reklamowe musi być wyposażone w automatyczny system regulacji jasności zapewniający maksymalne wartości luminacji mierzone w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy: a) w ciągu dnia – 6000 cd/m ² b) w nocy – 600 cd/m ² ,”							
35			§14.1).b) Uzupełnienie treści zapisu poprzez jej zmianę w następujący sposób: Z: „na ścianach posiadających okna, należących do budynków w obszarach B,C i D.” Na: „na ścianach posiadających okna, należących do budynków w obszarach B,C i D z wyłączeniem ściany z otworami technicznymi takimi jak okna klatek chodowych, piwnic itp.”	§14 pkt 1) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisie uniemożliwia osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam.	
36			§14.1).c) Zmiana w treści zapisu w części dotyczącej odległości mianowicie: z: 30 m na 20 m.	§14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty.	
37			§14.1).e) Usunięcie całego ppkt e) o treści: „na nieruchomościach, na których nie jest prowadzona działalność gospodarcza” Zapis ten narusza zasady konstytucyjne i równości.	§14 pkt 1) lit. e)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] daje możliwość określenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Reklama jest samoistnie związana z działalnością gospodarczą. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny.	

										Zapis usunięto ze względu na zwiększenie trudności w późniejszym wyegzekwowania tego zapisu.
38			§14.1).p) Usunięcie całego ppkt p) o treści: „na wielkopowierzchniowych obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² .” Tego typu obiekty handlowe są naturalnym miejscem na umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych.		§14 pkt 1) lit. p)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Na wspomnianych obiektach umieszcza się głównie tablice i urządzenia reklamowe będące szyldami, w związku z tym zapis usunięto.
39			§14.2).c) Usunięcie całego ppkt c) o treści: „słupy ogłoszeniowe w formie walca zarządzane przez Miejski Zarząd Dróg i Komunikacji w Kaliszu”. Zapis ten narusza zasady konstytucyjne i równości poprzez wskazanie tylko jednego podmiotu upoważnionego do sytuowania słupów ogłoszeniowych.		§14 pkt 1) lit. p)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis usunięto, ponieważ słupy ogłoszeniowe nie są regulowane uchwałą krajobrazową.
40			§14.6). Zmiana w treści zapisu w części dotyczącej odległości, mianowicie: z: 40 m na 20 m.		§14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty. W sytuacji, kiedy nie ma możliwości zachowania wskazanej w projekcie uchwały odległości pomiędzy dwoma tablicami lub urządzeniami reklamowymi wolnostojącymi, reklamodawca może w dalszym ciągu usytuować jeden tego typu obiekt, co uznaje się za wystarczające. Ilość nośników wolnostojących została uzależniona tym zapisem od wielkości działki. Na małej działce dopuszcza się jeden nośnik wolnostojący, na dużej, gdzie istnieje możliwość zachowania wskazanej odległości pomiędzy

										nośnikami, dopuszcza się usytuowanie dwóch sztuk lub więcej.
41			§4.1.1) Zmiana treści zapisu poprzez doprecyzowanie wymiarów powierzchni ekspozycji tablicy reklamowej w formatach odpowiednio o szerokości x wysokości: 3,5 m x 2,4 m, 5,0 m x 2,4 m oraz 6,0 m x 3,0 m.	§4 ust.1 pkt 1)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nie ma konieczności szczegółowego doprecyzowania gabarytu tablic reklamowych. Nośniki muszą mieścić się w gabarytach określonych w dalszych przepisach uchwały.	
42			§4.1.3) Zmiana treści zapisu poprzez doprecyzowanie maksymalnej wielkości wymiarów powierzchni ekspozycji gabloty.	§4 ust.1 pkt 3)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nie ma konieczności doprecyzowania maksymalnej powierzchni ekspozycji gabloty, ponieważ określona jest maksymalny gabaryt gabloty. Powierzchnia ekspozycji nie może przekroczyć rozmiarem wielkości gabloty, tym bardziej, że z definicji wynika że jest to zamknięta forma skrzynki.	
43			§16. Uzupełnienie treści zapisu w §16 poprzez doprecyzowanie w następujący sposób: (...) Nakazuje się, aby ustandaryzowane nośniki reklamowe wykonane były z zachowaniem wysokich standardów jakościowych – należy przez to rozumieć materiały dopuszczone do stosowania w budownictwie o długotrwałej odporności na proces starzenia, takie jak: aluminium anodowane lub lakierowane proszkowo, stal ocynkowana ogniowo lub odpowiednio zabezpieczona antykorozyjnie, beton zbrojony o wymaganej klasie, szkło bezpieczne, w zadaszeniach szkło laminowane, tworzywo	§16	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Niektóre z wymienionych materiałów mieszczą się w katalogu zawartym w projekcie uchwały. Inne nie zostały dopuszczone.	

			syntetyczne o wysokiej trwałości barwione w masie, podzespoły elektryczne i elektroniczne posiadające posiadające odpowiednie certyfikaty bezpieczeństwa, spełniające polskie normy budowlane w zakresie stosowania na zewnątrz, minimum IP65.							
44	14.01.2021r.	Osoba fizyczna	Zgadzam się z większością zasad i warunków wymienionych w dokumencie, jednak w projekcie uchwały pominięto mural reklamowy, a jest to coraz prężniej rozwijająca się forma reklamy. W Kaliszu mamy kilka przykładów takich realizacji, nie jest to może jeszcze taka skala jak w większych miastach, jednak to kwestia czasu, gdy i do nas „zawitają” w większej ilości. Nie są to tylko murale typowo reklamowe, ale także szyldy malowane bezpośrednio na elewacji. Brak wyszczególnienia muralu reklamowego w wyżej wymienionej uchwale może prowadzić do nieporozumień i komplikacji przy ewentualnych realizacjach. Chciałbym również zwrócić uwagę na sposób komunikowania uchwały i wszystkich zasad oraz warunków, by były jak najbardziej dostępne, dla jak najszerszego grona odbiorców. Podam przykład „kontrapasa”.	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Mural reklamowy zgodnie z art.2 ust. 16a) i ust.16b) ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) to tablica reklamowa: ust.16a) "reklama" - należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne; ust.16b) "tablica reklamowa" - należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem; Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania konsultacji. Pomimo tego przeprowadzono konsultacje społeczne dwukrotnie w 2017r. oraz w 2020r. Informacje o tych działaniach pojawiły się w Biuletynie Informacji Publicznej Miasta Kalisza, w mediach społecznościowych (facebook Miasta Kalisza

			<p>Sytuacja jaka miała miejsce przy wprowadzeniu „kontrapasa” w ciągu ulicy Śródmiejskiej, gdy nie stworzono należytej kampanii informacyjnej, była dużym zaskoczeniem dla wielu mieszkańców i stworzyła bardzo ostrą dyskusję. Brak dobrej komunikacji z mieszkańcami ze strony Urzędu Miasta w tym czasie doprowadził również do chaosu i nieporozumień wśród użytkowników „kontrapasa”, część rowerzystów nie wiedziała jak poruszać się po nowo oddanej inwestycji... Również ostatnie wydarzenia związane z wycinką drzew w Kaliszu, niestety nie napawają optymizmem. Martwi mnie brak przekazu informacji ze strony Urzędu Miasta dla mieszkańców (nie pojawiły się one przed wycinką w mediach internetowych, prasie, czy na samym miejscu działań). Obserwując jak postępują prace nad „Kaliską Uchwałą Krajobrazową” podobnie mam mieszane uczucia co do dostępności informacji dla mieszkańców. Niestety pandemia pokrzyżowała planowane konsultacje społeczne i rozumiem, że takie „fizycznie” nie mogły się odbyć, ale w „przestrzeni” internetu, również niestety nie dało się</p>							<p>oraz Biura Rewitalizacji pod nazwą Kurs na Śródmieście), na stronie internetowej Miasta i w lokalnej prasie (także w internetowych portalach informacyjnych). W związku z powyższym zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Prace nad poradnikiem dobrych praktyk powinny rozpocząć się po uchwaleniu zasad i warunków sytuowania reklam i zostać rozpropagowane w okresie dostosowawczym. W czasie prac nad projektem uchwały nie można określić jakie ostatecznie zasady będą obowiązywać.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

		<p>odczuć, że są prowadzone... (Były co prawda zamieszczone na stronie www.kalisz.pl w zakładce uchwała krajobrazowa informacje i arkusze konsultacji, ale nie było prowadzonej kampanii informacyjnej na ten temat, czy próby stworzenia jakiejś dyskusji, choćby na profilu facebook UM Kaliszu) i również w wynikach konsultacji była ta sprawa poruszana. Jestem artystą plastykiem, mieszkającym i tworzącym w Kaliszu, laureatem nagrody Prezydenta Miasta w roku 2020. We wrześniu 2020 otworzyłem swoją wystawę w Galerii Sztuki im. Jana Tarasina pt. Baneriolanza, dotyczyła ona właśnie spraw reklamy w przestrzeni Polski. Dla mnie jak i moich koleżanek artystek i kolegów artystów jest to bardzo ważny dokument i naprawdę duża szansa ograniczenia wizualnego chaosu w naszym mieście. Obserwując jak podobne uchwały wprowadzane są w innych miastach, jedyną dobrą drogą do urzeczywistnienia tej „rewolucji wizualnej” jest komunikacja z mieszkańcami. Kampania informacyjna, która w pełni wyjaśni czym jest ten niełatwy dokument i na czym polegają wprowadzone zmiany.</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>Szczególnie ważne to będzie w okresie dostosowywania się przedsiębiorców do obostrzeń. Wzorem do naśladowania może być w tym przypadku Gdańsk, gdzie władze uruchomiły internetowy portal Uchwała Krajobrazowa Gdańska. Na portalu każdy zainteresowany, może w prosty sposób znaleźć informacje dotyczące zmian. Także w trakcie wprowadzania w życie uchwały była prowadzona kampania informacyjna. Również w mniejszych miastach tworzone są, choćby „poradniki dobrych praktyk w reklamie”, które w prosty obrazowy sposób prezentują wprowadzane zmiany. Dobre przykłady prezentuje również fundacja Traffic Design...</p> <p>Mam nadzieję, że moje uwagi i propozycje będą pomocne w dalszych działaniach nad uchwałą.</p>							
45	14.01.2021r.	Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej	<p>Nazwa uchwały: Uchwała w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”</p>	brak	-	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis zmieniono

			Poprawnie gramatycznie i w zgodzie z normami języka polskiego winna brzmieć: Uchwała w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”							
46			§ 7.1. Ustala się termin dostosowania do zapisów uchwały, dla istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, na 24 miesiące od daty jej wejścia w życie, z zastrzeżeniem ust. 2 i 3. Tablice i urządzenia reklamowe, które w dniu wejścia w życie uchwały były posadowione lub usytuowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia, winny podlegać okresowi dostosowawczemu długości 60 miesięcy. Takie rozwiązanie projekt uchwały przewiduje dla sztyldów sytuowanych na podstawie zgody budowlanej. Uchwała, niezależnie od jej wartości porządkujących, winna gwarantować przedsiębiorcom prawo eksploatacji nośników, które zostały posadowione	§7 ust.1	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przytoczony termin z §7 ust.1 jest błędny. Wynosi 36 miesięcy, nie 24 miesiące. Termin dostosowawczy wynoszący 24 miesiące dotyczy tablic reklamowych i urządzeń wolno stojących usytuowanych w zbyt małej odległości od skrzyżowania. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] daje możliwość określenia terminu dostosowawczego nie krótszego niż 12 miesięcy. Zróżnicowanie terminów wprowadzono w celu jak najszybszego wyeliminowania najbardziej nieestetycznych elementów chaosu reklamowego.	

			zgodnie z obowiązującym prawem lub zagwarantować im odpowiednio długi okres dostosowania.							
47			§ 14. 1) zakazuje się sytuowania: c) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej oraz sytuowanych na ogrodzeniach, w promieniu 30 m od skrzyżowania. Zapisy uchwały nie mogą ingerować w przepisy zawarte w ustawie, tu: w Ustawie o drogach publicznych. Kwestie dotyczące odległości od skrzyżowania reguluje właśnie Ustawa o drogach publicznych. Przedmiotowy zapis uchwały jest w tym zakresie sprzeczny z przepisami Ustawy o drogach publicznych.	§14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Odnosząc się do aktualnego orzecznictwa, w kwestii odległości nośników reklam od dróg, regulacja uchwały w tym zakresie nie pokrywa się z regulacją art. 42a i art. 43 ustawy o drogach publicznych. Uchwała nie wprowadza żadnych wymogów dotyczących odległości nośników reklam od dróg, lecz od skrzyżowań, (...) czego z kolei przepisy ustawy o drogach publicznych nie regulują. Innymi słowy uchwała nie stoi w sprzeczności z ograniczeniami wynikającymi z ustawy o drogach publicznych, a jedynie wprowadza ograniczenia z punktu widzenia celu, jakiemu służy uchwała krajobrazowa. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie).	
48			§ 14. 1) zakazuje się sytuowania: e) na nieruchomościach, na których nie jest prowadzona działalność gospodarcza Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe stanowiące przedmiot działalności prowadzonej przez podmioty zajmujące się profesjonalną reklamą zewnętrzną winny mieć możliwość sytuowania na każdej nieruchomości (z wyjątkami, np. szkoły), w zgodzie z innymi zapisami uchwały. Wprowadzenie obostrzeń	§14 pkt 1) lit. e)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] daje możliwość określenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Reklama jest samoistnie związana z działalnością gospodarczą. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. Zapis usunięto ze względu na zwiększenie trudności w późniejszym wyegzekwowania tego zapisu.	


			związanych z jednym typem nieruchomości jest niezgodne z zasadami równości.							
49			§ 14. 1) zakazuje się sytuowania: o) na budowlach Sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych winno być dopuszczone na budowlach, zgodnie z konkretnymi zapisami szczegółowymi. Większość budowli może być wykorzystana dla prowadzenia na nich działalności reklamowej. Naturalnie pod określonymi warunkami i względami, które należy ustalić. Należy podkreślić, że tablice reklamowe sytuowane na określonych budowlach mają mniejszy wpływ na postrzeganie otoczenia i przestrzeni publicznej.	§14 pkt 1) lit. o)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Jest to sprzeczne z polityką uporządkowania Miasta. Po usunięciu tego zapisu cel nie zostanie osiągnięty. Sytuowanie reklam na np. budowlach typu obiekty liniowe, mosty, wiadukty może stanowić zagrożenie.	
50			§ 14. 2) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących w obszarze A we wskazanych lokalizacjach”: a)...- f)... Taki zapis w uchwale powoduje możliwość nadużyć i nieuczciwej konkurencji. Kto bowiem i na jakich zasadach ma rozstrzygać czyje (podmiot) opisane szczegółowo tablice reklamowe i urządzenia reklamowe będą mogły być	§14 pkt 2)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis usunięto, ponieważ słupy ogłoszeniowe nie są regulowane zapisami uchwały krajobrazowej.	


			posadowione w tych miejscach i na jak długo? Zapisy uchwały winny być transparentne i nie pozwalać na uznaniowe traktowanie możliwości działania w zakresie reklamy i informacji w przestrzeni publicznej.							
51			<p>§ 14. 3) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z zastrzeżeniem pkt 1, wolnostojących w obszarze B:</p> <p>a) w formie walca o maksymalnych wymiarach: wysokość 3,4 m i średnicy 1,6 m,</p> <p>b) citylightów o maksymalnym rozmiarze ekspozycji 2,2 m²</p> <p>Uchwała ma jednoznacznie stanowić warunki dla sytuowania między innymi tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Warunki te winny być proste i jednoznaczne. W tym zapisie mieszczą się wymiary nośnika w formie walca z powierzchnią ekspozycyjną. Tymczasem nośniki w formie walca są także wykorzystywane do ekspozycji typu citylight, np. dwóch plakatów w pionie. W tym wypadku całkowita wysokość walca 3,4 m będzie niewystarczająca. Wysokość</p>	§14 pkt 3)	uwaga uwzględniona w części dot. powierzchni ekspozycyjnej słupa reklamowego w formie walca	uwaga nieuwzględniona w części dot. zwiększenia gabarytu i zmiany formy słupa reklamowego w formie walca	-	uwaga nieuwzględniona w części dot. zwiększenia gabarytu i zmiany formy słupa reklamowego w formie walca	Doprecyzowano powierzchnię ekspozycyjną słupa reklamowego w formie walca. Projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia słupów reklamowych w formie graniastosłupa. Wysokość słupów reklamowych w formie walca dotyczy istniejących form słupów i nie przewiduje się wprowadzenia nowych, wyższych tego typu obiektów.	

			nośnika w formie walca (klasyczne słupy ogłoszeniowo-reklamowe) winna wynosić minimum 3,75 m dla powierzchni ekspozycyjnej lub 4 m dla wysokości całkowitej. Ponadto proponujemy zapis: w formie graniastopuła w miejsce w formie walca. Daje to dodatkowe możliwości architektonicznego wykonania takiego nośnika.							
52			<p>§ 14. 5) § 14. 6)</p> <p>W wymienionych zapisach pojawiają się zamiennie dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych pojęcia: „gabaryty” „o maksymalnych wymiarach” „o maksymalnym rozmiarze pojedynczej ekspozycji” „o powierzchni maksymalnej” Uchwała ma jednoznacznie stanowić warunki dla sytuowania między innymi tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Warunki te winny być proste i jednoznaczne. Dotyczy to przede wszystkim wielkości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Należy zdecydować jednoznacznie czy opisuje się wielkość (parametry) konstrukcji tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego, powierzchnię ekspozycji treści reklamowej (standardy wielkości</p>	§14 pkt 5) §14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przepis dotyczy jednoznacznie określonych gabarytów dotyczących maksymalnych dopuszczonych wymiarów urządzenia lub maksymalnych dopuszczonych wymiarów ekspozycji. Nie ma przeciwwskazań aby używać tych określeń zamiennie. Ustawodawca wymaga określenia jedynie gabarytu. Pod tym terminem mogą być wskazane wyżej sposoby jego określenia. Wymiary zostały określone w sposób zrozumiały.	

			plakatów).							
53			<p>§ 15. 2) zakazuje się sytuowania w obszarach A i B tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących sztyldami, emitujących zmienne światło, pulsujących lub migających</p> <p>Brak jest w uchwale definicji dla „zmiennego światła”, opisu dotyczącego pulsacji i migotania. Przy braku jednoznacznego opisu nie będzie można jednoznacznie rozstrzygać w tej kwestii. Zapis należy usunąć lub odpowiednio zmodyfikować.</p>	§15 pkt 2)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przepis jest jednoznaczny i zrozumiały, nie ma konieczności wprowadzania dodatkowych definicji.	
54			<p>§ 15. 3) we wszystkich obszarach: dla elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy zastosować barwę czarną lub antracytową RAL7016.</p> <p>Zapis ten stanowi zbyt dalekie zawężenie możliwości dla wykonania konstrukcji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Należy wziąć pod uwagę, że profesjonalne firmy reklamy zewnętrznej mają własne, opisane barwy konstrukcji, które odróżniają je od innych. Proponujemy zmianę zapisu przez rozszerzenie skali możliwych do zastosowania barw i ich odcieni.</p>	§15 pkt 3)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Celem ustalenia kolorystyki obiektów wymienionych w uchwale jest dbanie o ład przestrzenny, który jest istotnym elementem postrzegania krajobrazu. Nie sposób sobie wyobrazić ochrony krajobrazu bez regulowania kolorystyki, w szczególności dominującej swą jaskrawością i natężeniem na obszarach przyrodniczych lub historycznych. Ograniczenia odnośnie ich barw wprowadzono w wąskim zakresie, efekty nie są trudne do zrealizowania. (za Wyrokiem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie.)	

55			<p>§ 16. Ustala się następujące materiały budowlane, z których mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, nie będące szyldami takie jak: metal, kamień naturalny, tworzywo sztuczne, beton, papier – dla powierzchni ekspozycyjnych, szkło, farba, drewno. Zapis przedmiotowego paragrafu jest nieczytelny. Czy dla powierzchni ekspozycyjnych obowiązuje „szkło, farba, drewno”? Czy dla konstrukcji tablicy reklamowej obowiązuje „metal, kamień naturalny, tworzywo sztuczne, beton, papier”? Lub inaczej: Czy dla powierzchni ekspozycyjnych obowiązuje „metal, kamień naturalny, tworzywo sztuczne, beton, papier”? Czy dla konstrukcji tablicy reklamowej obowiązuje „szkło, farba, drewno”? Zapis ten wygląda jak przysłowiowe „pomieszanie z poplątaniem”.</p>		§16	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis jest zrozumiały, określa to interpunkcja. Dla poprawy odczytu zapis zmieniono.
56	14.01.2021r.	Osoba fizyczna	<p>Ogólna zasada dotycząca większej ilości punktów. W doborze materiałów i kolorów skupił bym się na określeniu tych, których użycie jest niedopuszczalne, a nie starał się wymyślać na tę chwilę</p>	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Katalog materiałów niedopuszczalnych byłby znacznie szerszy niż dopuszczalnych a jego składowe byłyby trudne do przewidzenia.

			materiały, które w przyszłości będzie można użyć. Zapis taki spowodować może, że nie będzie można skorzystać z dostępnych rozwiązań ze względu na użyty materiał (ogólnie akceptowalny), ponieważ brak będzie w ustawie zapisu o dopuszczeniu do stosowania.							
57			§4.1 pkt 13) Nierozumiały (nieprecyzyjny) zapis o wypełnieniu w 80% przestrzeni. Ja to się ma do poniższego przykładu. 	§4 ust. 1 pkt 13)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Jest to jedyna uwaga dotycząca nieprecyzyjności tej definicji. Zapis dotyczy określenia formy zwartej i wprowadzono go, aby odróżnić pylon od totemu. Sformułowanie pojawia się w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)] w art.37d. ust.10, gdzie wskazano, że gdy kształt urządzenia reklamowego uniemożliwia wyznaczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, wysokość kary pieniężnej zależy od pola powierzchni bocznej prostopadłościanu opisanego na urządzeniu reklamowym. Wskazany przykład to pylon reklamowy i spełnia warunek z definicji.	
58			§4.1 pkt 21) Jest: panele i stacje dostarczające usługi transportowe a chyba chodzi o: panele i stacje dostarczające usługi kurierskie	§4 ust. 1 pkt 21)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Usługi kurierskie to też usługi transportowe.	
59			§ 12 pkt 1) Proponował bym wyłączenie zapisu o braku możliwości lokowania szyldu na ogrodzeniach. Przede wszystkim co w przypadku kiedy budynek oddalony jest od granicy działki	§12 pkt 1)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Jest możliwe usytuowanie szyldu, ponieważ wspomniana inna forma przestrzenna (np. pylon) może być wpisana w ogrodzenie.	

		<p>na której prowadzona jest działalność gospodarcza. Zmusi to właściciela do postawienia oprócz ogrodzenia innej formy przestrzennej umożliwiającej umieszczenie szyldu.</p> <p>Zapis ograniczający powodować będzie w przyszłości że przy projektowaniu nie będzie można wkomponować w ogrodzenie loga firmy np. jak na załączniku.</p>								
										
60		§ 13 pkt 1) d) Brak zasad i warunków sytuowania, gabarytów i liczby szyldów dotyczących obiektów o powierzchni sprzedaży powyżej 2000m ²		§13 pkt 1) lit. d)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przepisy dotyczące zasad i warunków sytuowania szyldów ich gabarytów i liczby znajdują się w rozdziale I projektu uchwały. Zapis dotyczy szyldu równoległego w pasie reklamowym i braku ograniczenia jego gabarytu dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m ² .	
61		§ 13 pkt a) i b) Niepotrzebne określanie różnych parametrów dla tablicy reklamowej wolnostojącej a billboardu (zgodnie z definicją w § 4.1 pkt 1) billboard – tablica reklamowa wolnostojąca lub ...). Uprościć bym to do pojęcia szyldu w postaci tablicy reklamowej, a dalej tu określił bym jeden rodzaj parametrów. Poza w/w		§13 pkt 13) lit. a) §13 pkt 13) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nie ma możliwości połączenia tablicy i billboardu, ponieważ zgodnie z definicją billboard może być zarówno tablicą reklamową jak i urządzeniem reklamowym.	

			zmiany pozostałe pojęcia szyldu w postaci pylony i totemu pozostawił bym bez zmian							
62			§ 14 pkt 1) b) Zbyt daleko idące ograniczenie. Myślę że wystarczył by zapis, by na elewacjach na których występują okna tablice reklamowe nie zasłaniały w/w okien.	§ 14 pkt 1) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W tym ograniczeniu nie chodzi tylko o przysłanianie okien, ale też o ochronę i zachowanie estetyki elewacji budynków, posiadających unikatowe podziały, rytmy, detale itp. będące spójną wizją twórcy.	
63			§ 14 pkt 1) c) Wydaje mi się że jest to zbyt daleko idące ograniczenie. Zasadą uchwały powinno być racjonalne uporządkowanie zasad (ograniczenie), a nie uniemożliwienie (zakazania).	§ 14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] wskazuje, że można zakazać lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Wskazanie dopuszczalnej minimalnej odległości tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami od skrzyżowań nie jest całkowitym zakazem, jest to ograniczenie. Zostało wprowadzone ze względu na zachowanie estetyki i bezpieczeństwa ruchu drogowego. Z punktu widzenia problematyki chaosu reklamowego w mieście, tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami w zbyt małej odległości od skrzyżowań to jedne z najważniejszych elementów do uporządkowania.	
64			§ 14 pkt 8) Zapisy w tym punkcie a szczególnie zapis – raz na 5 lat utrudnią (uniemożliwią) prowadzenie inwestycji remontowych np. inwestor mając ograniczone środki finansowe wykonując np. remont dach w jednym roku, będzie miał zablokowaną możliwość wykonania np. ocieplenia lub odmalowania elewacji przez kolejne 5 lat. Co chcemy osiągnąć wprowadzając	§14 pkt 8)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zapis nie dotyczy wykonywanych robót budowlanych tylko sytuowania w ich trakcie tablic i urządzeń reklamowych.	

			ten zapis.							
65			§ 18 pkt 1) Ze względów gramatycznych proponuję zamienić ostatnie słowo z przemieszczania się na poruszanie się.		§18 pkt 1)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zapis jest czytelny, nie ma potrzeby wprowadzania zmian.
66	14.01. 2021r.	„VIXON PLUS”, Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, Spółka Komandytowa, ul. Niska 1F, Ostrów Wlkp.	a niżej podpisany zatrudniony w firmie „vixon” w Ostrowie wielkopolskim, chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej, która w mocnym stopniu przyczyni się do braku pracy dla podmiotu gospodarczego w którym jestem zatrudniony a który zajmuję się przyjmowaniem zleceń na klejenie i wynajmem tablic reklamowych typu billboard na terenie m.in. miasta Kalisza . Praca w firmie stanowi to dla mnie jedyne źródło utrzymania rodziny. Z wiadomości które do mnie dotarły, miały się odbyć konsultacje na temat obostrzeń w zakresie reklamy przestrzennej, które jednak nie doszły do skutku a pozostały pytań w tym zakresie co dalej... Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna a dalsza perspektywa ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalna. Rynek pracy jest bardzo ograniczony, a kolejne firmy	brak		-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania konsultacji. Pomimo tego przeprowadzono konsultacje społeczne dwukrotnie w 2017r. oraz w 2020r. Wydłużenie terminów dostosowawczych nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju.

		<p>szykują zwolnienia. Z naszą firmą powiązane są różne firmy, które na zasadzie współpracy obopólnej mogą dać pracę dla innych. Chodzi tu m.in. o drukarnie, firmy montażowe, właściciel gruntów, wspólnoty mieszkaniowe, spółdzielnie mieszkaniowe, właściciele konstrukcji reklamowych, oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych.</p> <p>Jako firma poprzez reklamę, uczestniczyliśmy w życiu miasta Kalisza, promowaliśmy imprezy kulturalne, sportowe, akcje społeczne i charytatywne, W związku z wprowadzeniem ograniczeń, mam obawy o przyszłość mojej firmy i dalszą pracę w niej..</p> <p>Stale i terminowe płace w firmie, pozwalały na egzystowanie mojej rodziny, pozwalały na spłatę zaciągniętego kredytu..</p> <p>Podstawowe moje pytanie brzmi czy w obecnej sytuacji gospodarczej, a przede wszystkim społecznej, wdrożenie tej ustawy jest konieczne ?..</p> <p>Obecnie panująca pandemia pogorsza stan gospodarki zwolnienia z pracy, brak wypłat, a przede wszystkim brak rynku pracy w naszym regionie jest</p>							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			nieuniknione. Dlatego jako zwykły pracownik i obywatel chciałem zaapelować o przeczekanie tego tragicznego dla nas wszystkich czasu i jeszcze raz spróbować zorganizować spotkanie ze wszystkimi możliwymi firmami celem przedyskutowania i obrania strategii dające obopólną korzyść i porozumienie.							
67	14.01.2021r.	XEO REKLAMA, ul. Wrocławska 43-49, Kalisz	§14 pkt.6 : 40 metrów między tablicami reklamowymi jest to odległość bardzo duża , czy jest możliwość zmniejszenie tej odległości ?Poprzez ograniczenie wielkości reklam w strefach dużo konstrukcji zostanie usuniętych , dlatego ograniczmy chociaż odstęp między billboardami. Jak wygląda sytuacja jeśli billboardy stoją w odległości 20 metrów od siebie, lecz znajdują się na działkach różnych właścicieli ??	brak	§14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przepis dotyczy odległości między reklamami sytuowanych na jednej nieruchomości. Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty.
68			§14 pkt 1c : wnioskuję o zmniejszenie odległości od skrzyżowania , 30 metrów pozbawi nas większości reklam . Czy nie lepiej ustalić odsunięcie od drogi w graniach 10 metrów aby konstrukcje nie		§14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wymagane standardy jakościowe reklam zostały określone w § 15 projektu uchwały. Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście oraz ze względu na zachowanie estetyki i bezpieczeństwa ruchu drogowego. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty. Tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami w zbyt małej odległości od skrzyżowań to jedne z

			przeszkadzały , lecz dzięki temu będą mogły pełnić funkcję reklamy firm lokalnych ? Może lepiej sprawdzać czy billboardy zachowane są w odpowiednim stanie technicznym aby nie szpeciły miasta a nie usuwać większość reklam, dzięki którym agencje reklamowe mogą funkcjonować							najważniejszych elementów do uporządkowania. Zapis odnoszący się do stanu technicznego reklam znajduje się w §15 pkt 1) projektu uchwały.
69			§15 pkt 1 : proszę o objaśnienia pozbawionej treści . Czy billboard który nie jest wynajęty i jest zaklejony plakatem na biało wlicza się że jest bez treści ?		§15 pkt 1)	-	-	-	-	Brak uwagi forma pytania. Wskazany billboard zostanie uznany za pozbawiony treści. Zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [art.2. ust.16a)] [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)] poprzez reklamę należy rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne.
70			§7.2 : koszty przenoszenie lub usuwania billboardów będą bardzo duże , dlatego jako agencja będę musiał zabezpieczyć odpowiednie środki finansowe aby dopasować się do uchwały krajobrazowej , dlatego proszę o wydłużenie terminu usunięcia billboardów które są w zbyt małej odległości od skrzyżowania do 36 miesięcy . Pozwoli to nam na przygotowanie odpowiedniego		§7 ust. 2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wydłużenie terminów dostosowawczych nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju. Z punktu widzenia problematyki chaosu reklamowego w mieście, podstawowym terminem dostosowawczym jest termin 24 miesięcy dla niezgodnych z uchwałą tablic i urządzeń reklamowych niebędących sztyldami w zbyt małej odległości od skrzyżowań (tzw. newralgicznych obiektów). Skrócono ten termin do 12 miesięcy (§ 7 ust. 2.) rozpatrując pozytywnie uwagę nr 15.

			budżetu.							
71	14.01.2021r.	Ströer Polska Sp. z o. o.,	W myśl art. 101 ust. 1 Ustawy o samorządzie gminnym (dalej u.s.g), każdy, czyj interes prawny lub uprawnienie zostały naruszone uchwałą lub zarządzeniem, podjętymi przez organ gminy w sprawie z zakresu administracji publicznej, może zaskarżyć uchwałę lub zarządzenie do sądu administracyjnego, tym samym może uczestniczyć w pracach nad uchwałą. We wszystkich procedowanych dotychczas uchwałach, także uczestnictwo naszej firmy, również przed WSA, nie było kwestionowane. Naczelny Sąd Administracyjny przyjmuje, że „Na gruncie art. 101 ust. 1 u.s.g. ocena naruszenia interesu prawnego wiąże się koniecznością wykazania, że w konkretnym przypadku istnieje związek pomiędzy własną – prawnie gwarantowaną (a nie wyłącznie faktyczną) – sytuacją skarżącego podmiotu a zaskarżoną uchwałą, polegający na tym, że uchwała ta narusza (czyli pozbawia lub	brak	-	-	-	-	-	Brak uwagi forma stwierdzenia. Przyjęto do wiadomości

		<p>ogranicza) jego prawa. Inaczej mówiąc, wywołuje dla niego negatywne konsekwencje prawne np. zniesienia, ograniczenie, czy uniemożliwienia realizacji jego uprawnienia, interesu prawnego”.¹ W orzecznictwie dodatkowo podkreśla się, że naruszenie interesu prawnego lub uprawnienia składającego skargę musi mieć przy tym charakter bezpośredni, zindywidualizowany, obiektywny i realny.²</p> <p>¹wyrok NSA z dnia 24 maja 2018r., sygn. II OSK 1633/16, publ. CBOSA;</p> <p>²np. Wyrok WSA w Poznaniu z dnia 26 marca 2014 roku, sygn. IV SA/Po 904/13, publ. CBOSA; Firma Ströer Polska Sp. z o. o. u swój interes prawny w uczestnictwie w konsultacjach dotyczących uchwały reklamowej dla miasta Kalisza wywodzi z proponowanych ograniczeń zapisami teże, swobody prowadzonej przez niego działalności gospodarczej (zapewnionej art.20 w zw. Z art. 22 Konstytucji RP) i</p>							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			przysługującego mu prawa własności (które podlega ochronie na podstawie art.21 ust. 1 i art. 64 Konstytucji RP).							
72			<p>§7.3. Dla szyldów, będących budowlami i sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę niezgodnych z § 13 pkt 13 (gabaryty lub liczba) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 60 miesięcy.</p> <p>1. Konstytucja gwarantuje takie same warunki prowadzenia działalności gospodarczej wszystkim obywatelom. Jeżeli wprowadzony został zapis gwarantujący szyldom ze zgodą budowlaną dłuższy okres dostosowawczy, to taki sam okres powinien być wskazany dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych.</p> <p>2. NSA skierował do Trybunału Konstytucyjnego pytanie o zgodność z Konstytucją zapisów tzw. Ustawy krajobrazowej, na podstawie której, samorządy przyjmują uchwały o konieczności dostosowania istniejących reklam, wybudowanych za zgodą budowlaną, bez stosownego odszkodowania.</p>	§7 ust. 3	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uchwała, zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (art. 37 a ust.9) [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)], określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Pozostałe zagadnienia nie są regulowane uchwałą krajobrazową. Przyjęto je do wiadomości.	
73			§14. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń	§14 pkt 1) lit. e)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U.	

		<p>reklamowych, nie będących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania: ... e) na nieruchomościach, na których nie jest prowadzona działalność gospodarcza, e) Zapis niezgodny z konstytucją, dzielący właścicieli nieruchomości na takich, którzy z posiadanej nieruchomości mogą czerpać korzyści (najem lokalu i wynajem części niezabudowanej pod reklamę) i takich, którzy nie mogą czerpać żadnych korzyści, jeżeli ich nieruchomość nie nadaje się na wynajem lokalu. Proponujemy usunąć.</p>							<p>poz. 774 z późn. zm.)) daje możliwość określenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Reklama jest samoistnie związana z działalnością gospodarczą. Samorząd nie ma uprawnień do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. Zapis usunięto ze względu na zwiększenie trudności w późniejszym wyegzekwowaniu tego zapisu.</p>
74		<p>4) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1, na budynkach w obszarze B, pod warunkiem ograniczenia gabarytu do 9 m²; 4) Urządzenia reklamowe o pow. 9m² są stosowane jako urządzenia wolno stojące. Obecnie przechodzą zmianę technologiczną z analogowego przewijania na wyświetlanie cyfrowe i w formie urządzenia ściennego nie będą stosowane. Proponujemy zmianę na 12 m². W odrzuceniu uwagi wskazano na IGRW jako właściwy organ do reprezentowania firm outdoorowych i jej zaleceń. Izba</p>	§14 pkt 4)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Wprowadzenie zmian w zapisie i zmniejszenie parametru uniemożliwia osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam. Wskazana uwagę w konsultacjach społecznych rozpatrzono niezależnie od tego czym zajmuje się i kogo reprezentuje podmiot który ją złożył.</p>	

			ta reprezentuje firmy, które zajmują się reklama wielkoformatową o powierzchni kilkudziesięciu metrów kwadratowych, zwykle remontową na rusztowaniach lub zasłaniająca całe ściany nieruchomości.							
75			<p>§ 15. Ustala się następujące standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania we wszystkich obszarach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w złym stanie technicznym, uszkodzonych i pozbawionych treści;</p> <p>Zapis nie uwzględnia prowadzenia działalności outdoorowej. W sytuacji, gdy tablice reklamowe nie są sprzedane, wyklejane są jednobarwnym papierem. Proponujemy usunąć część „pozbawionych treści”. W minionym i prawdopodobnie również w tym roku, gdy ograniczone środki części przedsiębiorców lub wprowadzone zakazy nie pozwalają im na prowadzenie normalnej działalności gospodarczej, część tablic zapewne nie będzie wynajęta. Nadal jednak wynajmujący mają z tego tytułu przychody, a</p>	§15 pkt 1)	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis zmieniono tak, aby nie odnosił się do treści umieszczonych na tablicach i urządzeniach reklamowych.	

			ryzyko ponosi najemca, czyli firma outdoorowa. Pozostawienie zapisu ogranicza swobodę prowadzenia naszej działalności.							
76	14.01.2021r.	„VIXON PLUS”, Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, Spółka Komandytowa, ul. Niska 1F, Ostrów Wlkp.	Utrzymuje w mocy wniosek wysłany w marcu ubiegłego roku. J/n Podpisany (...), chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej, która dość znacząco dotknie mnie jako pracownika agencji reklamowej. Zajmujemy się wynajmem tablic reklamowych typu Billboard na terenie miasta Kalisza jak również bieżącym serwisem ich. Jest to dla mnie jako pracownika jedyne źródło utrzymania. Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna i jeszcze perspektywa w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalna. Liczyliśmy iż miasto będzie wspierać firmy lokalne z różnych branż w obecnie panującej sytuacji , ale widzimy że spodziewamy się ze strony miast jeszcze gorszych dla nas perspektyw. Wiadomo że za nami stoją inne podmioty które tą pracę nam zlecają – takie jak domy	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] wprowadza procedurę uchwalenia uchwały krajobrazowej, w której projekt jest wykładany do publicznego wglądu. Ustawa nie nakazuje przeprowadzenia konsultacji społecznych. Pomimo tego przeprowadzono konsultacje społeczne dwukrotnie w 2017r. oraz w 2020r. Wydłużenie terminów dostosowawczych nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju. Nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Uchwała nie zakazuje sytuowania billboardów, lecz wprowadza zasady i warunki ich sytuowania oraz gabaryty i liczby, zależne od strefy w której są sytuowane. W projekcie uchwały są ujęte odrębne zasady dla reklamy okolicznościowej.

		<p>mediowe, małe firmy jak i sieci sklepów, oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych .</p> <p>Za tymi działaniami kryją się ludzie i miejsca pracy, oraz ich rodziny.</p> <p>Czy miasto przewiduje jakieś wsparcie finansowe ? (nie ukrywam, że po wejściu w życie tej uchwały boję się o swoje stanowisko pracy a jest to moje jedyne źródło utrzymania – nadmienię, że mam rodzinę na utrzymaniu).</p> <p>Co ze spłatą kredytów ? Jak większość mam kredyty, które zaciągnąłem jak firma w której pracuję dobrze prosperowała, wejście w życie tej uchwały spowoduje niepewność co do spłacania ich.</p> <p>Czy miasto też będzie całkowicie rezygnowało z takiej formy przekazu dla mieszkańców jakimi są Billboardy ? W mieście i regionie jest ich sporo m.in. reklamowane są imprezy sportowe, kluby sportowe itp. ? Czy te imprezy pod kontem promocyjnym oraz komercyjnym są dla miasta nie istotne ?</p> <p>Firmą które działają na rynku lokalnym i z tego typu przekazu korzystają będzie z wiadomych względów spadać sprzedaż, a</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>rozwój miasta jest przecież łańcuchem czynników powiązanych. Czy miasto uwzględni tego typu straty w swoim budżecie - co za tym idzie brak wpływ z w/w firm w formie podatków ?</p> <p>Nie jedna firma lub starsza osoba wynajmując miejsce pod reklamę mocno się cieszy z wpływów, które docierają do nich w formie pośredniej od reklamodawców .</p> <p>Proszę raz jeszcze przeanalizować uchwałę, którą chcą Państwo wprowadzić w życie.</p>							
77	14.01.2021r.	Osoba fizyczna	<p>J/n Podpisany (...)</p> <p>Chciałbym potrzymać w mocy moje pytania gdyż od okresu pierwszego w którym miały odbyć się konsultacje nic się nie zmieniło wiadomo sam czynnik Pandemii jeszcze w bardziej dotkliwy sposób dotyka nas jako osoby działając w n/w branży .</p> <p>Chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej która w mocnym stopniu przyczyni się do braku pracy dla podmiotu gospodarczego który prowadzi a w 100 % zajmuję się wyklejaniem tablic reklamowych typu Billboard na terenie miasta Kalisza . jest to dla mnie jaki i dla moich pracowników jedyne źródło</p>	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych.</p> <p>W projekcie uchwały są ujęte odrębne zasady dla reklamy okolicznościowej. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania konsultacji. Pomimo tego przeprowadzono konsultacje społeczne dwukrotnie w 2017r. oraz w 2020r.</p>

		<p>utrzymania Miały się odbyć konsultacje i chcieliśmy ten postulat omówić bo pytań w tym zakresie nasuwa się bardzo dużo. Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna i jeszcze perspektywa w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalna. Liczyliśmy iż miasto będzie firmy lokalne z różnych branż wspierać po obecnie panującej sytuacji , ale widzimy że spodziewamy się ze strony miast jeszcze gorszych dla nas perspektyw. Wiadomo że za nami stoją inne podmioty które ta pracę nam zlecają – takie jak Drukarnie , firm montażowych , właściciel gruntów , wspólnoty mieszkaniowe , spółdzielnia mieszkaniowe , właściciele konstrukcji reklamowych, oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych . Za tymi działaniami kryją się ludzie i miejsca pracy, oraz ich rodziny itp.</p> <p>Mam pytania: Czy miasto przewiduje jakieś wsparcie finansowe ? odszkodowanie lub stałe</p>							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

		<p>wynagrodzenie po wejściu tej ustawy ? w jakiej kwocie i przez jaki okres ? co ze spłatą kredytów i leasingów które są zaciągnięte przez nas na działalność ? nadmienię że nie jesteśmy grupą osób chcąc korzystać z zasiłków Państwa ja o tej uchwale dowiedziałem się przez przypadek ,dlatego się do tego odnoszę wiadomo nikt w tych czas nie śledzi tak dokładnie informacji urzędowych w innych zakresach niż obecna sytuacja zdrowotna i gospodarcza która nas bardzo mocno na ten moment dotykają. Czy miasto też całkowicie będzie rezygnowało z formy przekazu dla mieszkańców i imprezach sportowych klubów sportowych itp. a tych wydarzeń w mieście jest sporo , czy te imprezy pod kontem promocyjnym oraz komercyjnym są dla miasta nie istotne ? w jakiej formie będzie docierał przekaz do mieszkańców jeżeli grono osób jest jeszcze nie przyzwyczajonych i przygotowanych do innych mediów ? Firmą które działają na rynku lokalnym i z tego typu przekazu korzystają będzie z wiadomych</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>względów spadać sprzedaż ? A rozwój miasta jest przecież łańcuchem czynników powiązanych Czy miasto uwzględnia tego typu straty w swoim budżecie ? co za tym idzie brak wpływ z w/w firm w formie podatków ? nie jedna firma lub starsza osoba wynajmując miejsce pod reklamę mocno się cieszy w wpływów które docierają do niej w formie pośredniej od reklamodawców . znowu kolejna grupa osób zostanie pozbawiona wpływów finansowych – i wiadomo dotyczy to firm i mieszkańców miasta Kalisza ? czy Urząd Miasta będzie w stanie takie wpływ im zagwarantować ? czy raczej po obecnej sytuacji dociąży jeszcze mieszkańców i podniesie właścicielom podatki żeby ratować budżet miejski ? pytań nasuwa się coraz więcej bardzo proszę w imieniu swoim oraz moich pracowników o odpowiedź na w/w kwestie liczymy na szersze spojrzenie władz miasta na ten problem a nie planowanie bez szerszej konsultacji wprowadzić bez wiedzy poszczególnych podmiotów i firm działalności tą uchwałę w życie</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

78	14.01.2021r.	Vixonmedia sp.z.o.o., ul. Niska 1 f, Ostrów Wlkp.	<p>Ja jako w/w podmiot gospodarczy chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej która w samych zapisach w bardzo dużym stopniu , po jej wprowadzeniu przyczyni się do ograniczenia lub nawet likwidacji naszego profilu działalności , którym obecnie się zajmujemy czyli , wynajęcie , druk oraz pełen serwis tablic reklamowych. Jest to dla mnie jaki i dla moich pracowników jedyne źródło utrzymania.</p> <p>Wiadomo że obecny czas pandemii znacznie podwyższa koszty prowadzenia działalności , a głównym naszym celem jest przede wszystkim utrzymanie pracowników oraz pracowników firm podwykonawczych z którymi ściśle współpracujemy . Widmo że w sposób pośredni odczuje to bardzo duża grupa podmiotów gospodarczych , wspólnot mieszkaniowych , spółdzielni mieszkaniowych oraz osoby prywatne które również mają wpływy pośrednio z naszych usług.</p> <p>Duża część firm , instytucji , spółdzielni mieszkaniowych , wspólnot mieszkaniowych osób fizycznych jest zadowolona z dodatkowych wpływów które ,tym bardziej w obecnym</p>	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową.</p> <p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie nakazuje przygotowania konsultacji. Pomimo tego przeprowadzono konsultacje społeczne dwukrotnie w 2017r. oraz w 2020r. Informacje o tych działaniach pojawiły się w Biuletynie Informacji Publicznej Miasta Kalisza, w mediach społecznościowych (facebook Miasta Kalisza oraz Biura Rewitalizacji pod nazwą Kurs na Śródmieście), na stronie internetowej Miasta i w lokalnej prasie (także w internetowych portalach informacyjnych).</p>
----	--------------	---	---	------	---	---	-----------------------	---	-----------------------	--

		<p>czasie stanowią dla nich dodatkowych dopływów gotówki za urzeczenie swoje własności – części ściany lub gruntów . Po wejściu uchwały znaczna grupa zostanie pozbawiona tych środków, widmo też z tego powodu będą mniejsze wpływ w formie podatków do budżetu miasta jak i państwa.</p> <p>Miały się odbyć konsultacje w formie tradycyjnej i chcieliśmy ten postulat omówić szerzej , pytań w tym zakresie jest bardzo dużo.</p> <p>Siły wyższe obecnie nam panujące niestety to uniemożliwiły.</p> <p>Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna , a działając jeszcze z perspektywą iż w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalne .</p> <p>Wiadomo iż jako podmioty gospodarcze ,większości kapitał oparty jest na kredytach, leasingach z długoletnim czasem ich spłaty.</p> <p>Nadmienię że nie jesteśmy grupą firm i osób chcąc korzystać z zasiłków Państwa ,lecz działać i przynosić wartość dodaną do budżetu .</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>Uchwała pacząc na jej zapisy jest bardzo kosztowana przy samym jej wprowadzeniu dla bardzo dużej grupy podmiotów gospodarczych , instytucji - niekonieczne związanych bezpośrednio z usługami reklamowymi . Prosimy jak bardzo szeroka grupa firm , instytucji oraz osób fizycznych działająca przed wszystkim lokalnie w naszym regionie o uwzględnienie tego faktu przy podejmowaniu w/w uchwały, czy czas obecny jest słuszny na jej wprowadzenie.</p> <p>Pozwolę sobie kierować zapytania , opinie lub uwagi w odniesieniu do poszczególnych punktów zapisów uchwały bezpośrednio pod ich zapisami przebarwiając wszelkie kwestie kolorem niebieski ;</p>						
79			<p>§3 pkt 6) Odnosnie stref A , B , C , D Mapa podana na stronie jest bardzo mało czytelna , nie idzie jej dokładnie powiększyć i wychwycić poszczególne regiony i ulice w niej zawarte . opis działek jest bardzo rozbudowany , lecz praktycznie jako podmiot w sposób zdalny mam bardzo słaby dostęp do ich prawidłowego zweryfikowania, wiadomo jest to bardzo istotny element uchwały.</p>	§2 ust.1	uwaga uwzględniona	-	-	-	<p>Uaktualniony załącznik graficzny projektu uchwały znajdował się od jego wyłożenia do publicznego wglądu i znajduje się nadal w systemach informacji przestrzennej Miasta Kalisza: MSiP (Miejski System Informacji Przestrzennej) oraz RZIIP AKO (Regionalna Zintegrowana Infrastruktura Informacji Przestrzennej Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej). W w/ w portalach dostępnych w internecie istnieje możliwość podglądu każdej działki, wygenerowanie raportu, wydruku itp. Ponadto w okresie wyłożenia do publicznego wglądu istniała możliwość osobistego stawiania się w Urzędzie i zapoznania się z projektem</p>

										uchwały w zakresie tekstowym jak i graficznym, w formie papierowej oraz elektronicznej. Załącznik graficzny został zmieniony na mapę w skali 1:5000.
80			<p>§ 7 ust.1 Zapytanie : Czy ten termin może być wydłużony ze względu na koszty poniesione na rozwój tego typu działalności , a co za tym idzie zaciągnięte kredyty , leasingi , które przy bardzo dużych nakładach jeszcze nie zdążyły się nawet w niewielkim stopniu zamortyzować , jest to wiadomo proces kilkunastoletni , do tego dochodzi jeszcze obecna sytuacja gospodarcza oraz pandemia , która we wszystkich branżach mocno pogarsza sytuacje materialną i bytową firm . Wiadomo że dotknie ona bardzo duża grupę instytucji ,osób fizycznych a w największej mierze podmiotów o zasięgu lokalnym . Proponujemy o wydłużenie okres ok 8-10 lat na ewentualne zmiany.</p>		§ 7 ust.1	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Terminy dostosowawcze zostały wydłużone po konsultacjach społecznych przeprowadzonych w marcu 2020. Nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia.
81			<p>§ 7 ust.2 Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących sztyldami i niezgodnych z §14 pkt 1 lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1</p>		§ 7 ust.2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Terminy dostosowawcze zostały wydłużone po konsultacjach społecznych przeprowadzonych w marcu 2020. Nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia.

			określa się na 24 miesiące. zapytanie j/w [Czy ten termin może być wydłużony]							
82			§ 7 ust.3 Zapytanie j/w [Czy ten termin może być wydłużony]		§ 7 ust.3		uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Terminy dostosowawcze zostały wydłużone po konsultacjach społecznych przeprowadzonych w marcu 2020. Nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia.
83			§ 7 ust. 4 Zapytanie : j/w [Czy ten termin może być wydłużony]		§ 7 ust. 4	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Terminy dostosowawcze zostały wydłużone po konsultacjach społecznych przeprowadzonych w marcu 2020. Nie przewiduje się ich ponownego przedłużenia.
84			§ 8 Uwaga : Według tego zapisu uchwały ograniczenia dotyczą tylko zagadnień związanych z reklama ?		§ 8	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis został uszczegółowiony. Paragraf dotyczy braku wymogu dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale krajobrazowej istniejących w dniu wejścia w życie uchwały wszystkich rodzajów ogrodzeń i wszystkich rodzajów małej architektury, o których mowa w Dziale III projektu uchwały.
85			§13 pkt 1) lit. b) Uwaga : czy ten temat za mocno nie dociąży właścicieli lub najemców budynków - już tak wiele pustych lokali w jest w centrum miasta . Każdy taka zmiana wiąże się kosztami niejednokrotnie bardzo znacznymi . Widomą rzeczą jest że zostanie on przeniesiona na podmioty gospodarcze, które w obecnym czasie spotykają się z bardzo dużymi problemami - funkcjonujące głównie w tej strefie , podmioty związane z Gastronomią , palcówki turystyczne , placówki bankowe		§13 pkt 1) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Strefa A obejmuje Miasto lokacyjne i jest to strefa o przeważających cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Gdy lokal jest pozostawiony pusty i nie posiada szyldów zapisy uchwały krajobrazowej nie obowiązują. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Ze względu na pandemię zostały wydłużone okresy dostosowawcze. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy nie będą musieli wprowadzać zmian.

			, sklepy odzieżowe itp. Dodatkowe dociążenia finansowe i wymogi natury prawnej ,mogą pogłębić rozwój w poszczególnych stref miasta i przynieść skutek zdecydowanie odwrotny do zamierzonego.							
86			§13 pkt 1) lit. c) Zapytanie : j/w	§13 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Strefa B obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej i jest to strefa o przeważających cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Gdy lokal jest pozostawiony pusty i nie posiada szyldów zapisy uchwały krajobrazowej nie obowiązują. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Ze względu na pandemię zostały wydłużone okresy dostosowawcze. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy nie będą musieli wprowadzać zmian.	
87			§13 pkt 1) lit. d) zapytanie : wielkopowierzchniowe obiekty handlowe , których gabaryt ich konstrukcji reklamowej obecnie przewyższa rozmiar proponowany będą zobligowane do ich demontażu ? czy są one wyłączone z ustawy ? jak to się ma w odniesieniu do sklepów i podmiotów lokalnych działających w tych strefach o mniejszej powierzchni handlowej lub usługowej , na przykład salony samochodowe , stacje paliw, sklepy meblowe , restauracje,	§13 pkt 1) lit. d)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wnioskodawca niepoprawnie zinterpretował zapis. Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m2 nie są wyłączone z zapisów projektu uchwały krajobrazowej. Zapis dotyczy ograniczenia (lub jego braku) wielkości szyldu równoległego. W toku prac ostatecznie zapis ten został zmieniony.	

			<p>hale sportowe, hotele itp. wiadomo jakie koszty z tego tytułu przez nie zostały historycznie poniesione i niejednokrotnie były planowane na etapie projektowania budynku.</p> <p>wnioskować można że zapis ten wprowadza nie równość w prowadzeniu działalności gospodarczej !</p>							
88			<p>§13 pkt 1) lit. e) Zapytanie : j/w</p>		§13 pkt 1) lit. e)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Ustawa krajobrazowa nie przewiduje żadnych wyłączeń z zapisów. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny.
89			<p>§13 pkt 5) lit. a) Zapytanie: czy może być zastosowany wymiar 12 m 2 można go w wyprosty sposób dopasować do standardów ogólnopolskich - konstrukcje są znormalizowane i estetyczne .</p>		§13 pkt 5) lit. a)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam. Zawarte w projekcie uchwały wymiary reklam różnią się w zależności od strefy w jakiej są usytuowane. Na terenach ścisłego śródmieścia oraz objętych ochroną konserwatorską są dopuszczone mniejsze niż na obrzeżach miasta. Wszystkie wymiary są standardowe, dopuszcza się też inne wymiary pod warunkiem wpisania się w dopuszczoną powierzchnię.
90			<p>§13 pkt 5) lit. b) tiret pierwsze Zapytanie : czy może być wymiar zwiększony do 12 m 2 jest to standard ogólnopolski i preferowany również w innych krajach europa , można łatwiej go dopasować - stanowi on jedną całość- jest formatem</p>		§13 pkt 5) lit. b) tiret pierwsze	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam. Zawarte w projekcie uchwały wymiary reklam różnią się w zależności od strefy w jakiej są usytuowane. Na terenach ścisłego śródmieścia oraz objętych ochroną konserwatorską są dopuszczone mniejsze niż na obrzeżach miasta. Wszystkie wymiary

			znormalizowanym i bardziej estetycznym							są standardowe, dopuszcza się też inne wymiary pod warunkiem wpisania się w dopuszczona powierzchnię.
91			§13 pkt 5) lit. b) tiret drugie Zapytanie : czy dopuszczony może być większy wymiar do rozmiaru 18 m ² Wymiar ten pod kontem gabarytu łączy się z innymi nośnikami i stanowi wizualna całość ładu przestrzennego . Wymiar ten jest bardzo powszechny na terenie Polski i przyjęty jako jeden z dwóch podstawnych standardów firm działających w tej branży.	§13 pkt 5) lit. b) tiret drugie	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam oraz przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego. Zawarte w projekcie uchwały wymiary reklam różnią się w zależności od strefy w jakiej są usytuowane. Na terenach ścisłego śródmieścia oraz objętych ochroną konserwatorską są dopuszczone mniejsze niż na obrzeżach miasta. Wszystkie wymiary są standardowe, dopuszcza się też inne wymiary pod warunkiem wpisania się w dopuszczona powierzchnię.	
92			§13 pkt 13) lit. a) tiret pierwsze uwaga ! czy ten wymiar mocno nie ograniczy powierzchni reklamowej w tej strefie ? Strefa B jest w większości częścią handlową i usługową miasta	§13 pkt 13) lit. a) tiret pierwsze	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Strefa B obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej i jest to strefa o przeważających cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego.	
93			§13 pkt 13) lit. a) tiret drugie zapytanie : czy w/w wysokość można z zwiększyć do wysokości 3 m zdecydowanie w niektórych przypadkach podnosi widoczność powierzchni reklamowej co wpływa na jej estetykę i lepszą formę przekazu .	§13 pkt 13) lit. a) tiret drugie	uwaga uwzględniona	-	-	-	Zapis zmieniono. W obszarze C jest dopuszczona tablica reklamowa wolnostojąca o maksymalnej powierzchni 12m ² (5,0 m x 2,4 m) i wysokości 6m.	
94			§13 pkt 13) lit. b) tiret pierwsze Zapytanie :	§13 pkt 13) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Strefa B obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej i jest to strefa o przeważających cechach zabytkowych,	

			czy może być wymiar zwiększony do 12 m ² standard ogólnopolski i preferowany również w innych krajach europa , można łatwiej go dopasować - stanowi on jedną całość forma znormalizowana jednolita i bardziej estetyczna.		tiret pierwsze		dniona		ędniona	gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego.
95			§13 pkt 13) lit. b) tiret drugie Zapytanie : czy dopuszczony może być większy wymiar do rozmiaru 18 m ² Wymiar ten pod kontem gabarytu łączy się z innymi nośnikami i stanowi wizualna całość ładu przestrzennego . Wymiar ten jest bardzo powszechny na terenie Polski i przyjęty jako jeden z dwóch podstawnych standardów firm działających w tej branży.		§13 pkt 13) lit. b) tiret drugie	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Strefa C obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej założenia urbanistycznego i jest to strefa o cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego.
96			§14 pkt 1) lit. c) Zapytanie czy tu odległość można uwzględnić inną co do metrów ? duża część nośników standardowych wpisuje się gabarytem i estetykę pod kontem wizualnym a odległość ta może być mniejsza i dodatkowo spełnia swoją rolę jeżeli chodzi o przekaz , według odległości ustalonych przez Zarząd Dróg I Komunikacji Miejskich jest to od 6 m do 8 m od skrzyżowania w strefie		§14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zmniejszenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.

			zabudowanej .							
97			§14 pkt 1) lit. e) zapytanie : czy będzie możliwe umieszczenia reklamy na budynku prywatnym ? np. reklama swojej firmy , lecz działalność prowadzona w innym miejscu lub osoba która chce wynajmować swoją część budynku posesji pod kontem komercyjnym ?		§14 pkt 1) lit. e)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na nieruchomości na której nie jest prowadzona działalność gospodarcza.
98			§14 pkt 1) lit. j) Zapytanie : j/w		§14 pkt 1) lit. j)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy zakazu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami w sposób licujący z ogrodzeniem lub na konstrukcjach przymocowanych do ogrodzenia prostopadle lub równolegle oraz jako wydzielenie obszarów lub wyznaczenie ich granic.
99			§14 pkt 4) Zapytanie : czy można dopuścić wymiar zwiększony do 12 m 2 standard ogólnopolski można łatwiej go dopasować - stanowi on jedną całość- forma znormalizowana jednolita i bardziej estetyczna.		§14 pkt 4)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam. Wszystkie wymiary są standardowe, dopuszcza się też inne wymiary pod warunkiem wpisania się w dopuszczona powierzchnię. Strefa B obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej i jest to strefa o przeważających cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne.
100			§14 pkt 5) lit. c) Zapytanie : czy dopuszczony może być większy wymiar do rozmiaru 18 m 2 Wymiar ten pod kontem		§14 pkt 5) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania elewacji budynków w zakresie reklam. Wszystkie wymiary są standardowe, dopuszcza się też inne wymiary pod warunkiem wpisania się w dopuszczona powierzchnię. Strefa C

			gabarytu łączy się z innymi nośnikami i stanowi wizualna całość ładu przestrzennego . Wymiar ten jest bardzo powszechny na terenie Polski i przyjęty jako jeden z dwóch podstawnych standardów firm działających w tej branży.							obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej założenia urbanistycznego i jest to strefa o cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego.
101			§14 pkt 6) Zapytanie : czy taka odległość może być od siebie mniejsza dwie tablice stojące obok siebie w standardowych wymiarach stanowią estetykę wizualna wzorzec ten jest mocno preferowany na terenie Polski - bardzo powszechny nie za kuca porządku wizualnego i ładu przestrzennego	§14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zmniejszenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.	
102			§14 pkt 6) lit. c) zapytanie : czy dopuszczony może być większy wymiar do rozmiaru 18 m 2 Wymiar ten pod kontem gabarytu łączy się z innymi nośnikami i stanowi wizualna całość ładu przestrzennego . Wymiar ten jest bardzo powszechny na terenie Polski i przyjęty jako jeden z dwóch podstawnych standardów firm działających w tej branży	§14 pkt 6) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zmniejszenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego. Strefa C obejmuje obszar ochrony konserwatorskiej założenia urbanistycznego i jest to strefa o cechach zabytkowych, gdzie ich ochrona ma znaczenie nadrzędne. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego.	
103			§17 pkt 1) lit. c) Zapytanie : czy tu odległość można	§17 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uchwała nie stoi w sprzeczności z innymi przepisami. Przepisy ustawy o drogach publicznych nie regulują odległości nośników reklam od skrzyżowań.	

			uwzględnić inną co do metrów ? duża część nośników standardowych wpisuje się gabarytem i estetykę pod kontem wizualnym a odległość ta może być mniejsza i dodatkowo spełnia swoją rolę jeżeli chodzi o przekaz, według odległości ustalonych przez Zarząd Dróg I Komunikacji Miejskich jest to od 6 m do 8 m od skrzyżowania w strefie zabudowanej .							
104	01.02.2021r.	Społem PSS Kalisz, ul. Św. Stanisława 2,	Zarząd „Społem” Powszechnej Spółdzielni Spożycwców z siedziba w Kaliszu, ul. Św. Stanisława 2, stosownie do projektu uchwały Rady Miasta w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane” niniejszym wnosi o wprowadzenie zapisu, iż uwarunkowania zawarte w przedmiotowej uchwale, obowiązywać będą tylko w zakresie nowo powstałych obiektów. Powyższe uzasadnione jest tym, iż od prawie roku trwa okres pandemii wywołany wirusem SARS-CoV-2, co	brak	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uwagi wpłynęły po terminie. Celem uchwały krajobrazowej jest kompleksowa ochrona krajobrazu i powstrzymanie istniejącego chaosu reklamowego. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych „legalnie” posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. Gdyby zatem zwolnić istniejące w dniu wejścia w życie uchwał krajobrazowych nośniki reklamowe spod obowiązku dostosowania ich do przepisów, utrwalony zostałby jedynie istniejący

			odzwierciedlenie znajduje w sytuacji gospodarczej kraju a w ślad za tym, negatywne skutki dotknęły w zasadzie wszystkie podmioty§ gospodarcze. Dlatego też, w tak trudnym czasie pomoc ze strony władz samorządowych jest szczególnie wskazana dla podmiotów gospodarczych a jakiegokolwiek ograniczenia wydają się niezasadne.							„porządek” reklamowy, a tym samym nie byłoby możliwe wprowadzenie realnych zmian (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18. Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej).Procedura uchwalenia uchwały krajobrazowej Miasta Kalisza rozpoczęła się w 2016r. W międzyczasie odbyły się konsultacje społeczne w 2017r oraz w 2020r., wyłożenie do publicznego wglądu i dwukrotne zbieranie uwag. Zasady i warunki uchwały nie będą obowiązywały z dnia na dzień dla istniejących obiektów. Obowiązują terminy dostosowawcze wynoszące w obecnym projekcie uchwały od 2 do 5 lat. W wyniku przeprowadzonych konsultacji społecznych terminy te zostały przedłużone właśnie ze względu na wystąpienie okresu pandemii wywołanej wirusem SARS-CoV-2. W związku z tym terminy te są dłuższe niż w uchwałach krajobrazowych obowiązujących w innych miastach w kraju.
105			Zwrócić należy uwagę na §2.1 i §2.2 projektu omawianej uchwały, gdzie określenie granic jest lapidarne i bardzo mało czytelne.		§2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uchwała zgodnie z ustawą może wprowadzić różne zasady na różnych obszarach miasta. W tym celu dokonano podziału obszaru miasta na cztery obszary. Zgodnie z art.37a, ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) należy w sposób jednoznaczny określić granice tych obszarów. W uchwale krajobrazowej Miasta Kalisza granice zostały w większości poprowadzone po granicach poszczególnych działek, a ich szczegółowy opis znalazł się w części tekstowej. Granice zostały dodatkowo pokazane na załączniku graficznym w skali 1:20000. Załącznik graficzny nie jest obligatoryjną częścią uchwały, a granice mogą być zamieszczone tylko w formie opisu w części tekstowej. Uaktualniony załącznik graficzny projektu uchwały znajdował się od

										jego wyłożenia do publicznego wglądu i znajduje się nadal w systemach informacji przestrzennej Miasta Kalisza: MSIP (Miejski System Informacji Przestrzennej) oraz RZIIP AKO (Regionalna Zintegrowana Infrastruktura Informacji Przestrzennej Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej). W w/w portalach dostępnych w internecie istnieje możliwość podglądu każdej działki, wygenerowanie raportu, wydruku itp. Ponadto w okresie wyłożenia do publicznego wglądu istniała możliwość osobistego stawienia się w Urzędzie i zapoznania się z projektem uchwały w zakresie tekstowym jak i graficznym, w formie papierowej oraz elektronicznej.
106			Natomiast całkowicie niezrozumiałą jest §12 i §13 projektu uchwały w których ograniczenie przesłaniania szyb w witrynach uzasadnia się funkcją wystawienniczą. Podkreślić w tym miejscu należy, iż sklepy w szczególności spożywcze, księgarnie, gabinety i lokale usługowe np. stomatologiczne, okulistyczne itp., właśnie w celach reklamowych wykorzystują szyby w witrynach. Ponadto oklejanie szyb przy wykorzystaniu na cele reklamowe spełnia również funkcję ochronną a to w celu ograniczenia nasłonecznienia i tym samym ochrony np. produktów spożywczych	§12 pkt 2) §13 pkt 2) lit. a) tiret pierwsze	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Odnosząc się do uwagi dotyczącej §12, §13 projektu uchwały, informuję, iż intencją uchwałodawcy jest wyeliminowanie chaosu reklamowego przejawiającego się zaklejeniem całych oszkleń witryn czy okien folią przeważnie z jaskrawymi, rzucającymi się w oczy zdjęciami, rysunkami i napisami. Wpływa to negatywnie na przestrzeń publiczną oraz degraduje architekturę w zabytkowej tkance miejskiej. Miasto uzyskało możliwość uregulowania aktem prawa miejscowego m.in. tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i szyldów na warunkach wynikających ze specyficznych problemów występujących w konkretnej przestrzeni Miasta. Sformułowanie „funkcja wystawiennicza” nie pochodzi z uchwały, zostało użyte w dokumencie rozstrzygającym uwagi zebrane w konsultacjach społecznych przeprowadzonych w marcu 2020r. W związku z tym sformułowanie zostało użyte w dokumencie, który służył objaśnieniu zasadności ograniczenia reklam w witrynach. Logicznym jest, że nie dotyczy funkcji wystawienniczej (ekspozycyjnej) w postaci naklejki, ale funkcji wystawienniczej w odniesieniu do	

			sprzedawanych w danym sklepie.							asortymentu danego sklepu / punktu usługowego. Dobre przykłady takich praktyk można wskazać w wielu polskich miastach i należy je powielać. Ponadto, uchwała nie zakazuje zasłaniania witryn w całości, a jedynie ogranicza pole zasłonięcia przeszklenia. Jednocześnie jeśli naklejka nie posiada treści reklamowej, nie jest reklamą ani szyldem – nie podlega warunkom i zasadom uchwały krajobrazowej. Uwaga wynika z błędnej interpretacji przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)]. Należy dodać, że otwarcie witryn umożliwia wgląd wewnątrz i zachęca do zapoznania się z asortymentem sklepu. Dostęp do światła dziennego jest wskazany dla pracowników sklepów i lokali usługowych, o czym mówią przepisy odrębne.
107			Zdarza się również, iż reklamodawcy finansują reklamy usytuowane właśnie w witrynach szyb, przyczyniając się do zwiększenia dochodów danej firmy jak i estetycznego wyglądu witryn sklepowych.	§12 pkt 2) §13 pkt 2) lit. a) tiret pierwsze	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Reklamy od sponsorów można umieszczać wewnątrz sklepów, ograniczenie dotyczy witryn widocznych z przestrzeni publicznej Miasta upoważnionego ustawowo do regulacji reklam w tym obszarze. Z konsultacji społecznych przeprowadzonych w 2017 r. (w postaci ankiety internetowej) wynika, że ponad 78% ankietowanych uznało, że reklam w mieście jest za dużo, są usytuowane chaotycznie przez co są nieskuteczne i nieczytelne. Zgodnie z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)].	
108			Wszystko to wpływa korzystnie na podmioty gospodarcze ich rentowności, a co za tym idzie Miasto Kalisz, które otrzymuje z	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z ustawą krajobrazową [Ustawą z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] można wprowadzić opłatę reklamową lub	

			tego tytułu wpływy do budżetu Miasta od solidnych, rozwijających się rentownych polskich Firm. Dlatego też całkowicie niezrozumiałe jest działanie na szkodę rodzimych podmiotów gospodarczych. Z uwagi na powyższe wnosimy o wprowadzenie powyższych postulatów.							wyznaczyć karę pieniężną za niedostosowanie do zapisów uchwały. Stanowi to dochód do budżetu miasta. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy nie będą musieli wprowadzać zmian.
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

Kalisz, dnia 28.12.2021 r.

.....
(podpis Prezydenta Miasta Kalisza)

Wykaz uwag wniesionych do projektu uchwały w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”
(Termin wyłożenia: od 11.10.2021r. do 10.11.2021r.; termin wnoszenia uwag: do 24.11.2021 r.)

Lp. uwagi	Data wpływu uwagi	Nazwisko i imię, nazwa jednostki organizacyjnej i adres zgłaszającego uwagi	Treść uwagi (pisownia oryginalna)	Oznaczenie nieruchomości, której dotyczy uwaga	Ustalenia projektu dla nieruchomości, której dotyczy uwaga	Rozstrzygnięcie Prezydenta Miasta Kalisza w sprawie rozpatrzenia uwagi		Rozstrzygnięcie Rady Miasta Kalisza załącznik do uchwały nr z dnia		Uwagi
						uwaga uwzględniona	uwaga nieuwzględniona	uwaga uwzględniona	uwaga nieuwzględniona	
1.	08.11.2021r.	Cityboard Media Sp. z o.o.	Uwagi do projektu uchwały Rady Miasta Kalisza 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, wyłożonego do publicznego wglądu przez Prezydenta Miasta Kalisza z dnia 11.10.2021r. Zgodnie z Obwieszczeniem Prezydenta Miasta Kalisza z dnia 21.09.2021r. Działając jako Członek Zarządu Cityboard Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, uprawniony do jej		§ 6 ust.2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane zapisami uchwały krajobrazowej. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w

		<p>jednoosobowej reprezentacji, na podstawie art. 37b ust. 2 pkt 8) Ustawy z dnia 27.03.2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity Dz. U. 2021 poz.741) zgłaszam uwagi do projektu uchwały Rady Miasta Kalisza 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, zwanego dalej „Projektem”, wyłożonego do publicznego wglądu przez Prezydenta Miasta Kalisza w dniu 11.10.2021r., i wnoszę o ich uwzględnienie w całości. Cityboard Media Sp. z o.o. jest przedsiębiorstwem działającym na polskim rynku reklamy zewnętrznej od 25 lat, które zajmuje się wyłącznie systemową reklamą wielkoformatową (billboardy). Spółka działa legalnie, uzyskując na wszelkie nośniki reklamowe pozwolenia na budowę oraz dokonując zgłoszeń robót budowlanych, a jako dzierżawca terenu, pracodawca oraz zleceniodawca przynosi dochody lokalnym przedsiębiorcom związanym z branżą reklamową (m. in. firmy poligraficzne, firmy plakatujące, firmy elektryczne, firmy budowlane, geodeci, projektanci), a przede wszystkim przedsiębiorcom korzystającym z systemowej reklamy zewnętrznej w Kaliszu. Cityboard Media popiera ideę</p>							<p>estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej). Ponadto wejście w życie uchwały krajobrazowej nie oznacza zaprzestania obowiązywania i egzekwowania zapisów prawa budowlanego i innych. Sposób egzekwowania zapisów uchwały nie może być przedmiotem zapisów w uchwale krajobrazowej i nie podlega wnoszeniu uwag. Wskazany zapis § 6 ust.2 dotyczy sposobu szacowania takich parametrów jak: odległości, wysokości, szerokości, grubości. Przepisy szczegółowe znajdują się w dalszej treści projektu uchwały. Nie ma w nich ujętej zacytowanej relacji (np. nakazu odsunięcia) obiektu małej architektury do tablicy reklamowej lub tablicy do obiektu.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

		<p>uporządkowania chaosu reklamowego i wyeliminowania z Kalisza dzikiej i nielegalnej reklamy. Jednak projekt uchwały krajobrazowej wyłożony do publicznego wglądu przez Prezydenta Miasta Kalisza w aktualnym brzmieniu sprawia, że najbardziej ucierpi na jej funkcjonowaniu legalny biznes i lokalni przedsiębiorcy, natomiast operatorzy nielegalnych nośników reklamowych nadal pozostaną bezkarni. Przez to, cała branża reklamy zewnętrznej może być skazana na zepchnięcie jej do podziemia, a cel uchwały osiągnie efekt odwrotny od zamierzonego. Zastrzeżenia natury prawnej budzi szereg punktów Projektu. W niniejszym piśmie ograniczamy się jednak do tych elementów, które są szczególnie ważne z punktu widzenia przedmiotu działalności Cityboard Media. Poniżej przedstawiamy uwagi w kolejności wynikającej z systematyki projektu uchwały i jego jednostek redakcyjnych:</p> <p>Uwaga do § 6 ust.2</p> <p>„2. Podane w uchwale odległości liczy się od skrajnych elementów tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, ogrodzeń, obiektów małej architektury oraz innych elementów zagospodarowania, w tym budynków (w rzucie prostopadłym na płaszczyznę gruntu).</p> <p>Uzasadnienie uwagi: w zakresie ust. 2 trudno jednoznacznie określić, który obiekt ma w pierwszej</p>							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			kolejności zostać dostosowany – czy przykładowo tablica reklamowa w stosunku do obiektu małej architektury, czy może obiekt małej architektury w stosunku do tablicy reklamowej?							
2.			<p>3. Odległość tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych od skrzyżowań liczona jest jako najkrótszy odcinek łączący rzut prostopadły na płaszczyznę gruntu skrajnego elementu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przecięciem krawędzi jezdni.”</p> <p>W zakresie punktu 3 zgodnie z Ustawą o drogach publicznych odległość elementów określona jest precyzyjnie wraz z podziałem na kategorię drogi, na której znajduje się, bądź będzie znajdował obiekt budowlany. Jeśli zostanie zastosowana zasada dostosowania się do odległości od skrzyżowania jaką mamy pewność, że nie zostaną wykonane prace modernizacyjne, jakiegokolwiek zmiany, które spowodują rozbieżność po dostosowaniu? Czy w tym przypadku będzie wymagane ponowne dostosowanie celem zachowania określonych w tym punkcie parametrów? Czy odcinki liczone są w linii prostej? Co w przypadku wystąpienia skarpy w mierzonych odcinkach? Prosimy o doprecyzowanie zapisu.</p>	§ 6 ust.3	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Odnosząc się do aktualnego orzecznictwa, w kwestii odległości nośników reklam od dróg, regulacja uchwały w tym zakresie nie pokrywa się z regulacją art. 42a i art. 43 ustawy o drogach publicznych. Uchwała nie wprowadza żadnych wymogów dotyczących odległości nośników reklam od dróg, lecz od skrzyżowań, (...) czego z kolei przepisy ustawy o drogach publicznych nie regulują. Innymi słowy uchwała nie stoi w sprzeczności z ograniczeniami wynikającymi z ustawy o drogach publicznych, a jedynie wprowadza ograniczenia z punktu widzenia celu, jakiemu służy uchwała krajobrazowa.</p> <p>(Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie).</p> <p>Zapis nie wymaga doprecyzowania. Określona w projekcie uchwały odległość wynosząca 30 m to wartość minimalna. Zachowanie większej odległości od skrzyżowania zapewni mniejsze ryzyko wprowadzenia ewentualnych zmian ze względu na jego modernizację. Taka sama sytuacja zachodzi w przypadku występowania na terenie skarpy.</p> <p>Odległość tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych od skrzyżowań liczona jest jako najkrótszy odcinek łączący rzut prostopadły na płaszczyznę gruntu skrajnego elementu tablicy</p>	

										reklamowej lub urządzenia reklamowego z przecięciem krawędzi jezdni.
3.			<p>2. Uwaga do § 8 Projektu: Wnosimy o zmianę § 8 poprzez dodanie ustępu 3 w brzmieniu: „Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany, nie wymagają dostosowania do zasad określonych w Uchwale”.</p> <p>Uzasadnienie uwagi: konieczne jest wprowadzenie powyższego zapisu, jeśli urządzenia reklamowe zostały wzniesione na podstawie ostatecznych pozwoleń na budowę lub przyjętych przez właściwe organy zgłoszeń robót budowlanych. Treść omawianego paragrafu w nawiązaniu do całokształtu regulacji należy rozpatrywać w kategoriach konstytucyjnej ochrony praw nabytych, utraty korzyści i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych za brak możliwości kontynuowania dotychczasowego sposobu zagospodarowania działki (brak możliwości dalszego funkcjonowania nośników reklamowych) ze strony zarówno właścicieli i innych podmiotów wydzierżawiających teren pod legalne nośniki reklamowe, jak i operatorów tych nośników reklamowych. W obecnym kształcie wskazane przepisy wprowadzają skrajnie nierówne traktowanie już</p>	§ 8	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzania niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny.</p> <p>Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej). Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych.</p> <p>„(...) Ochrona praw nabytych nie oznacza</p>	

			istniejących obiektów budowlanych tj.: obiektów małej architektury i ogrodzeń w stosunku do już istniejących urządzeń reklamowych. Podczas gdy obiekty małej architektury i ogrodzenia mogą liczyć na specjalne względy projektu uchwały, to tablice reklamowe i urządzenia reklamowe zostały potraktowane przez projekt uchwały z całą surowością, nakazując ich usunięcie bądź dostosowanie do wymogów uchwały w określonym terminie. W związku z powyższym wnosimy o równe potraktowanie legalnie wybudowanych nośników reklamowych w stosunku do legalnie wybudowanych ogrodzeń i obiektów małej architektury.						nienaruszalności tych praw. Zasada ochrony praw nabytych nie ma charakteru absolutnego i nie wyklucza stanowienia regulacji mniej korzystnych dla jednostki. (...) Odstąpienie od ochrony praw nabytych jest dopuszczalne w szczególnych okolicznościach, gdy przemawia za tym inna zasada prawnokonstytucyjna” - Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22 czerwca 1999 r. (K 5/99). Nadrzędnym celem uchwał krajobrazowych jest uporządkowanie przestrzeni miast i gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Stanowią go tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, w znacznie mniejszym stopniu ogrodzenia oraz obiekty małej architektury, co ma odzwierciedlenie w zapisach uchwały.
4.			3. Uwaga do § 14 pkt. 1) lit. c) Projektu: „Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania: c) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej w odległości mniejszej niż 30 m od skrzyżowania, z wyjątkiem urządzeń reklamowych wymienionych w pkt 2) lit. a), pkt 3) lit. a) oraz w pkt 6) lit. a) niniejszego paragrafu.” Uzasadnienie uwagi: zgodnie z Ustawą o drogach publicznych odległość elementów określona jest precyzyjnie wraz z podziałem na kategorię drogi, na której znajduje się, bądź będzie znajdował	§ 14 pkt. 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Odnosząc się do aktualnego orzecznictwa, w kwestii odległości nośników reklam od dróg, regulacja uchwały w tym zakresie nie pokrywa się z regulacją art. 42a i art. 43 ustawy o drogach publicznych. Uchwała nie wprowadza żadnych wymogów dotyczących odległości nośników reklam od dróg, lecz od skrzyżowań, (...) czego z kolei przepisy ustawy o drogach publicznych nie regulują. Innymi słowy uchwała nie stoi w sprzeczności z ograniczeniami wynikającymi z ustawy o drogach publicznych, a jedynie wprowadza ograniczenia z punktu widzenia celu, jakim służy uchwała krajobrazowa. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie).

			<p>obiekt budowlany. W przypadku zastosowania zasady dostosowania się do ww. odległości od skrzyżowania nasuwa się pytanie, jaką mamy pewność, że zostaną wykonane prace modernizacyjne skrzyżowania, które spowodują zmianę odległości do tablicy reklamowej? Czy w takim przypadku będzie wymagane ponowne dostosowanie celem zachowania określonych w tym punkcie parametrów? Prosimy o doprecyzowanie zapisu.</p>							<p>Zapis nie wymaga doprecyzowania. Określona w projekcie uchwały odległość wynosząca 30 m to wartość minimalna. Zachowanie większej odległości od skrzyżowania zapewni mniejsze ryzyko wprowadzenia ewentualnych zmian ze względu na jego modernizację.</p>
5.			<p>5. Uwaga do § 14 pkt 6) lit. d) Projektu: „Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem pkt 1), wolnostojących w obszarach C i D, zachowujących minimalną odległość 40 m między tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi sytuowanymi na jednej nieruchomości oraz zachowujących minimalną odległość 7 m od budynków: d) billboardów w obszarze D o powierzchni maksymalnej pojedynczej ekspozycji 18 m² (6,0 m x 3,0 m) i wysokości 8 m,” Uzasadnienie uwagi: Zapis ten nie precyzuje, która z tablic reklamowych znajdująca się w odległości bliższej niż przewidziana w tym przepisie od innej tablicy reklamowej miałyby podlegać usunięciu? (czy będą to obie tablice? Ta posadowiona wcześniej? Nielegalna w stosunku do legalnej? Co w przypadku, jeśli obie tablice będą legalne?). Rozwiązanie to eliminuje</p>	§ 14 pkt 6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej) W zacytowanym zapisie projektu uchwały jest mowa o tablicach i urządzeniach usytuowanych na jednej nieruchomości, więc o dostosowaniu tablic reklamowych i urządzeń reklamowych decyduje właściciel nieruchomości. Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zmniejszenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwia</p>	

			wiele z dotąd legalnie wzniesionych na terenie Miasta Kalisza tablic reklamowych, które powstały zgodnie z projektem i zgłoszeniem robót budowlanych czy pozwoleniem na budowę. Wnosimy ponadto o zmniejszenie minimalnej odległości od budynków z 7 m do maksymalnie 3 m z uwagi na fakt, że większość działek prywatnych nie spełni wymogu zachowania odległości 7m.							osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.
6.			Wnosimy również o zmianę powierzchni maksymalnej ekspozycji z pojedynczej na dwustronną 2 x 18 m ² .	§ 14 pkt 6) lit. d)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Billboardy według definicji mogą mieć dwie powierzchnie służące ekspozycji reklamy, a maksymalny gabaryt pojedynczej ekspozycji wynosi 18 m ² . Zapis nie wymaga zmiany.	
7.			6. Uwaga do § 15 pkt.3 Projektu: „3) we wszystkich obszarach: dla elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy zastosować barwę czarna lub antracytowa RAL7016” Uzasadnienie uwagi: Wszystkie nasze konstrukcje są identyczne pod względem kolorów. W związku z tym prosimy o dodanie odcienia RAL 7024, który jest odcieniem stosowanym dla naszych konstrukcji na terenie całego kraju.	§ 15 pkt.3	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Celem ustalenia kolorystyki obiektów wymienionych w uchwale jest dbanie o ład przestrzenny, który jest istotnym elementem postrzegania krajobrazu. Nie sposób sobie wyobrazić ochrony krajobrazu bez regulowania kolorystyki, w szczególności dominującej swą jaskrawością i natężeniem na obszarach przyrodniczych lub historycznych. Ograniczenia odnośnie ich barw wprowadzono w wąskim zakresie, efekty nie są trudne do zrealizowania. (za Wyrokiem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie.) Zgodnie z ustawą krajobrazową [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] można określić m. in. zasady i warunki sytuowania	

										oraz standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami. Barwa RAL7016 została wskazana w wyniku konsultacji z Wojewódzkim Wielkopolskim Urzędem Ochrony Zabytków w Poznaniu, została wprowadzona na podstawie przepisów odrębnych i nie podlega zmianom.
8.			W Projekcie nie jest określone, kto miałby ponieść koszty finansowe wejścia w życie uchwały w projektowanym brzmieniu, przede wszystkim w aspekcie odszkodowań za demontaż legalnie wzniesionych nośników reklamowych, czy też opłacenia kosztów demontażu, albo szerzej „dostosowania” istniejących nośników reklamowych do zapisów uchwały oraz zysków utraconych przez wydzierżawiających teren pod nośniki reklamowe i przez operatorów tych nośników, takich jak nasze przedsiębiorstwo. Ustanawiając ww. krótki okres dostosowawczy, Miasto Kalisz naraża się na znaczne roszczenia odszkodowawcze ze strony tych podmiotów. Ponieważ projekt uchwały nie przewiduje żadnych wyjątków dla istniejących przed dniem wejścia w życie uchwały legalnie wzniesionych tablic i urządzeń reklamowych, to skutkiem prawnym ww. postanowień uchwały w tym zakresie, będzie obowiązek usunięcia przez Cityboard Media prawie wszystkich wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych jako niedopuszczalnych w przyszłości w tych miejscach.			-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. „(...) Ochrona praw nabytych nie oznacza nienaruszalności tych praw. Zasada ochrony praw nabytych nie ma charakteru absolutnego i nie wyklucza stanowienia regulacji mniej korzystnych dla jednostki. (...) Odstąpienie od ochrony praw nabytych jest dopuszczalne w szczególnych okolicznościach, gdy przemawia za tym inna zasada prawnokonstytucyjna” - Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22 czerwca 1999 r. (K 5/99) Pozostałe j.w. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej). Przyjęto do wiadomości.

		<p>Konieczność ochrony krajobrazu i estetyki przestrzeni publicznej w zaproponowany sposób, nie uzasadnia ograniczenia przysługujących Cityboard Media praw nabytych. Jednocześnie nie wydano wobec naszej firmy żadnych decyzji administracyjnych wygaszających uzyskane przez nas ostateczne decyzje o pozwoleniu na budowę i zgłoszenia/potwierdzenia przyjęcia zgłoszeń tablic i urządzeń reklamowych na terenie Kalisza, ani nie wydano decyzji o ich rozbiórce. Ponadto przepisy ustawy wprowadzającej art. 37a i następne ustawy o PZP, ani inne przepisy prawa nie zawierają żadnego zapisu o tym, że ww. pozwolenia na budowę/potwierdzenie zgłoszeń i nabyte w ich wyniku prawa Cityboard Media w postaci prawa do użytkowania wniesionych na ich podstawie nośników reklamowych, stracą moc lub wygasną z chwilą wejścia w życie przedmiotowej uchwały lub z chwilą, gdy upłyną przewidziane okresy dostosowawcze. Z jednej strony Cityboard Media będzie w przyszłości nadal posiadał wszelkie wymagane prawem decyzje administracyjne (w tym ostateczne pozwolenia na budowę) i wszelkie podlegające konstytucyjnej ochronie wynikające z nich prawa w sferze prawa administracyjnego, aby w sposób legalny kontynuować swoją działalność gospodarczą w Kaliszu w</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>formie tych tablic i urządzeń reklamowych (wynajem powierzchni reklamowej), zaś z drugiej strony ww. przepisy projektu uchwały nakazują zlikwidowanie tablic i urządzeń reklamowych w tych miejscach po upływie okresów dostosowawczych jako niedopuszczalnych, mimo że nie orzeczono wobec tych tablic nakazu rozbiórki (brak jest również podstaw do orzeczenia takiego nakazu przez właściwe organy w przyszłości). Podsumowując należy wskazać, że przepisy dotyczące uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które tak jak uchwały krajobrazowe, też mają charakter aktów prawa miejscowego, nie dopuszczają wstecznego „delegalizowania” istniejących na danym terenie obiektów budowlanych, nawet jeśli uchwalony później miejscowy plan zagospodarowania przewiduje inne przeznaczenie danego terenu. Zasadę tę wyraża art. 35 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Miejscowy plan nie ma zatem charakteru retrospektywnego i nie działa wobec istniejących legalnie obiektów ze skutkiem wstecznym, który nakazywałby po wejściu w życie planu ich rozbiórkę lub zmianę ich przeznaczenia, tak jak czyni to projektowana przez Miasto Kalisz uchwała krajobrazowa wobec tablic i urządzeń reklamowych. Podobnie w przypadku zmiany tzw. przepisów</p>							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

		<p>techniczno-budowlanych dotyczących budynków, nie istnieje obowiązek dostosowania do nich istniejących obiektów, nawet jeśli nowe przepisy na przyszłość zakazują lub wykluczają pewne rozwiązania techniczne.</p> <p>Przykładowo można tu wskazać, że obecnie dla nowych budynków powyżej 9,5 m od posadzki parteru do posadzki ostatniej kondygnacji obowiązkowa jest instalacja dźwigów osobowych (wind). Natomiast obowiązek ten nie dotyczy budynków starszych i znacznie wyższych, które zostały zbudowane w innym stanie prawnym (kiedyś windę w budynkach wielorodzinnych należało budować tylko, gdy miały więcej niż 4 kondygnacje). Nie ma obowiązku dobudowania do nich wind po zmianie przepisów. Na analogicznej zasadzie ochronie powinny podlegać istniejące w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej tablice i urządzenia reklamowe, o ile zostały rzecz jasna zbudowane legalnie tj. zgodnie z literą prawa, czyli posiadają wszystkie wymagane pozwolenia i zgłoszenia robót budowlanych.</p> <p>Na marginesie należy wskazać, że brak istotnego różnicowania regulacji prawnej dot. istniejących w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych doprowadzi do absurdalnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe (jeśli tylko spełnią kryteria</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>uchwały w zakresie rozmiarów i lokalizacji) podlegać będą swoistej „abolicji” i będzie wolno je nadal eksploatować jako zgodne z uchwałą bez sankcji w postaci kar administracyjnych, jeśli tylko stoją w dozwolonych miejscach i mają dozwolony przez Projekt format, natomiast nośniki reklamowe wzniesione całkowicie legalnie przy uzyskaniu wszelkich wymaganych prawem zezwoleń mogą podlegać tym karom i w efekcie obowiązku ich usunięcia, jeśli gabaryty i lokalizacja będą objęte zakazem na danym terenie. Skutkiem takiej regulacji będzie jeszcze większy chaos estetyczny i prawny: działający „na dziko” właściciele wielu małych nielegalnych nośników będą korzystać z rozwiązań uchwały, natomiast działające legalnie firmy systemowej reklamy zewnętrznej, będą bezpodstawnie ukarane za prowadzenie zgodnej z prawem działalności gospodarczej. Skutki prawne uchwały będą sprzeczne z jej założeniami i celami, a dodatkowo odniosą demoralizujący skutek społeczny w postaci negatywnego przykładu dla innych podmiotów z branży reklamowej. Uchwała będzie zachęcała inne podmioty gospodarcze do podejmowania działań sprzecznych z prawem, w tym do podejmowania samowoli budowlanych, także w zakresie reklamy zewnętrznej. Dodatkowo informujemy, że Trybunał Konstytucyjny zbada przepisy o tzw.</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>uchwałach krajobrazowych (reklamowych). Gminom, które je uchwały mogą grozić wielomilionowe odszkodowania. Naczelny Sąd Administracyjny (NSA) ma poważne wątpliwości co do zgodności z Konstytucją przepisów o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych) i kieruje je do Trybunału Konstytucyjnego (TK). Jeśli TK stwierdzi ich niezgodność z Konstytucją, to gminy które uchwały tzw. uchwały krajobrazowe i dzięki nim pozbyły się legalnych reklam, mogą mieć poważne problemy. NSA w precedensowym orzeczeniu skierował do Trybunału Konstytucyjnego pytanie prawne o zgodność z Konstytucją art. 37a ust. 9 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepis ten nakazuje, aby po upływie tzw. okresu dostosowawczego usuwać zbudowane w gminie nośniki reklamowe, jeśli tzw. gminna uchwała krajobrazowa w tym miejscu ich zakazuje. Rozebrać trzeba nawet nośniki zbudowane legalnie (w oparciu o pozwolenie na budowę czy zgłoszenie), bo inaczej właścicielom działek i tych nośników grożą wysokie kary.</p> <p>W maju 2019 r. NSA rozpatrywał skargę kasacyjną Cityboard Media na uchwałę krajobrazowa z Opola. Skład sędziowski złożony z największych autorytetów w dziedzinie prawa budowlanego i zagospodarowania przestrzennego doszedł do wniosku, że</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>przepis ten może naruszać Konstytucję, bo nie zapewnia żadnej ochrony prawnej ani odszkodowania tym podmiotom, które na reklamy miały wszystkie wymagane prawem zgody. Zdaniem składu orzekającego przepis ten może naruszać zasadę zaufania obywatela do państwa, ochronę praw słusznie nabytych, prawo własności i wolność prowadzenia działalności gospodarczej, a także tzw. zasadę proporcjonalności. Jeśli Trybunał podzieli zdanie NSA, to przepis utraci moc prawną.</p> <p>Należy również zwrócić uwagę na opracowanie przez miasta projekty uchwał (np. Toruń i Szczecin) oraz przyjęte uchwały w gminach Suchy Las i Kobylnica, gdzie szanuje się prawa nabyte, a nośniki reklamowe ustawione w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub przyjęte zgłoszenie robót budowlanych, nie wymagają dostosowania do zasad określonych w projektowanych i przyjętych uchwałach.</p> <p>W ostatnim okresie również zakończona już uchwała krajobrazowa miasta Gdynia, zamieszczona w dzienniku Urzędowym Województwa Pomorskiego została zaskarżona przez Wojewodę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku poprzez stwierdzenie błędów prawnych. Prezydent Gdyni Wojciech Szczurek zwrócił się do radnych o uchylenie dokumentu i ów w całości został uchylony w dniu 25.08.2021r.</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>Jednoznacznie można wskazać, że już na poziomie Wojewody akty prawne, którymi się uchwały krajobrazowe są zaskarżane do Sądu (Wojewoda Mazowiecki, Wojewoda Pomorski). Został również wycofany projekt uchwały miasta Grudziądz z jednoczesnym uchYLENIEM uchwały mającej na celu przygotowanie projektu.</p> <p>Tymczasem przedstawiany przez Prezydenta Miasta Kalisza Projekt uchwały jako kolejny nie szanuje praw nabytych, jest niekonstytucyjny, a także wykazuje jednoznaczne działania prawa wstecz. W świetle powyższego, niniejsze uwagi są zasadne i zasługują na uwzględnienie w całości.</p>							
9.	18.11.2021r.	<p>Castorama Polska Sp. z o.o. ul. Krakowiaków 78 02-255 Warszawa</p> <p>Pełnomocnictwo: Łempicka Mincewicz Ścibor Kancelaria Radców Prawnych sp. p. ul. Śniadeckich 10 00-656 Warszawa</p>	<p>Wobec ponownego wyłożenia do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Kalisza w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane” („Uchwała”), działając na podstawie art. 37b ust. 2 pkt 8 ustawy z dnia 27.03.2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w imieniu Castorama Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, pod adresem ul. Krakowiaków 78, 02-255 Warszawa („Castorama”) (pełnomocnictwo wraz z dowodem uiszczenia opłaty</p>	nieruchomość położona w Kaliszu przy ul. Tylnej 17-23	§ 11 ust. 1 pkt 3) Uchwały	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Stanowisko w rozstrzygnięciu uwagi pozostaje niezmiennie. Zgodnie z art.37a ust.2. ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) w odniesieniu do sztyldów w uchwale, o której mowa w ust. 1, określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę sztyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. W związku z powyższym liczbę sztyldów można określić dla podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości a nie dla nieruchomości z nieokreśloną liczbą podmiotów. Proponowany zapis wprowadziłby niejednoznaczność do zapisów projektu uchwały w przypadku wielu podmiotów prowadzących działalność na jednej nieruchomości. Uwaga wynika z błędnej interpretacji przepisu. Z uzasadnieniem dla odrzucenia uwagi zgłoszonej przy pierwszym</p>

		<p>skarbowej w załączeniu), wnoszę niniejszym poniższe uwagi do projektu Uchwały.</p> <p>Castorama prowadzi na nieruchomości położonej w Kaliszu przy ul. Tylnej 17-23 („Nieruchomość”), tj. w strefie (obszarze) D w rozumieniu Uchwały, pod szyldem Castorama działalność gospodarczą polegającą na prowadzeniu wielkopowierzchniowego obiektu handlowego oferującego towary z branży Dom Wnętrze Ogród. W związku z prowadzoną działalnością Castorama umieściła i eksploatuje na terenie Nieruchomości, w tym na obiekcie handlowym (budynku), tablice i inne urządzenia reklamowe. § 11 ust. 1 pkt 3) Uchwały. Wnoszę o wprowadzenie odrębnych zasad dotyczących maksymalnej liczby szyldów w formie wolnostojącej na nieruchomościach w obszarze (strefie) D, na których znajdują się budynki niemieszkalne o powierzchni użytkowej powyżej 2000 m² i dopuszczenie sytuowania na tych nieruchomościach co najmniej 20 szyldów wolnostojących, przy dopuszczeniu, aby wszystkie te szyldy były szyldami jednego podmiotu. Uwagi Castorama dotyczące maksymalnej liczby szyldów wolnostojących zgłoszone w fazie konsultacyjnej i przy pierwszym wyłożeniu projektu Uchwały nie zostały uwzględnione, przy czym nie zostało podane uzasadnienie dla odrzucenia tej uwagi zgłoszonej przy</p>							<p>wyłożeniu oraz inną dokumentacją związaną z projektem uchwały, można zapoznać się w czasie wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu, które odbyło się w dniach 11.10 – 10.11.2021r. Wnoszący uwagi nie skorzystał z tej możliwości.</p> <p>Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] pozwala ustalić dowolną liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie liczby szyldów wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.</p> <p>Szyldy już w ustawie krajobrazowej [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] są potraktowane w sposób priorytetowy. Świadczy o tym fakt, że w/w ustawa uniemożliwia wprowadzenie do uchwały krajobrazowej zapisów zakazujących sytuowania szyldów informujących o prowadzonej działalności.</p> <p>Poszczególne zapisy uchwały nie muszą być spójne z innymi, ponieważ ustawodawca dopuszcza stosowanie różnych regulacji dla różnych obszarów gminy pod warunkiem określenia w sposób jednoznaczny granic tych obszarów.</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

			<p>pierwszym wyłożeniu, natomiast odrzucenie uwagi w fazie konsultacyjnej zostało uzasadnione m.in. w ten sposób, że gdyby uwaga została uwzględniona, a na nieruchomości prowadziłyby działalność 10 podmiotów, to dopuszczalne byłoby umieszczenie nawet 200 wolnostojących szyldów. Jak to zostało wyjaśnione w uwagach złożonych do pierwszego wyłożenia uchwały, taki wniosek nie jest prawidłowy. Castorama wносиła i nadal wnosi o dopuszczenie maksymalnie 20 szyldów na danej nieruchomości, a nie 20 szyldów dla każdego podmiotu. Jest to rozwiązanie znacznie bardziej korzystne dla ładu przestrzennego niż przewidziane w Uchwale. Zgodnie z obecnym brzmieniem Uchwały bowiem, jeżeli na nieruchomości prowadzi działalność 10 podmiotów, to może być 50 wolnostojących szyldów. Zgodnie z propozycją Castorama w takiej samej sytuacji (10 podmiotów na jednej nieruchomości) maksymalna liczba szyldów wolnostojących wynosiłaby 20.</p> <p>Należy zauważyć, że znaczenie terminu „szyld” używanego w Uchwale należy rozumieć w taki sposób, jak wynika to z art. 2 pkt 16 d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zgodnie z tym przepisem „szyldem” jest każda tablica reklamowa i urządzenie reklamowe usytuowane na nieruchomości, na której działalność</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>prowadzi przedsiębiorca (np. Castorama), informujące o działalności prowadzonej przez tego przedsiębiorcę. Wobec tego szyldami są także wolnostojące tablice reklamowe – billboardy ustawione na Nieruchomości a zawierające informacje o towarach Castorama. Powyższa interpretacja została potwierdzona przez Urząd Miasta Kalisza w korespondencji mailowej z 15.11 kierowanej do Kierownika Działu Informacji i Reklamy w sklepie Castorama w Kaliszu. Stanowi to dodatkowe uzasadnienie dla zwiększenia dopuszczalnej liczby wolnostojących szyldów, jakie mogą być sytuowane na jednej nieruchomości przez jednego przedsiębiorcę.</p> <p>Uchwała w kilku przypadkach zawiera szczególne regulacje dotyczące nieruchomości, na których znajdują się w strefie D budynki niemieszkalne o powierzchni powyżej 2.000 m² Prawidłowe i spójne z innymi postanowieniami Uchwały będzie wprowadzenie szczegółowych regulacji dla takich nieruchomości także w odniesieniu do liczby szyldów wolnostojących.</p>							
10.			<p>§ 11 ust. 1 Uchwały. Wnoszę o dopuszczenie sytuowania w obszarze (strefie) D na nieruchomościach w obszarze (strefie) D, na których znajdują się budynki niemieszkalne o powierzchni użytkowej powyżej 2.000 m². szyldów w postaci masztów</p>	§ 11 ust. 1 Uchwały	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uchwała nie przewiduje tego rodzaju szyldu. Występujące w przestrzeni miejskiej maszty flagowe są zbyt wysokie i zgrupowane po kilka sztuk w rzędzie, do tego posiadają rzucający się w oczy element ruchomy w postaci flagi – często w jaskrawych barwach. Zgrupowane maszty stanowią znaczące dominanty	

		<p>flagowych – w liczbie 10 sztuk, przy zachowaniu następujących parametrów – wysokość masztu nie większa niż 12 m, powierzchnia flagi nie większa niż 6 m².</p> <p>Uwagi Castorama dotyczące maksymalnej liczby szyldów wolnostojących zgłoszone w fazie konsultacyjnej i przy pierwszym wyłożeniu projektu Uchwały nie zostały uwzględnione, przy czym nie zostało podane uzasadnienie dla odrzucenia tej uwagi na żadnym z etapów.</p> <p>Zgodnie z podanym poprzednio uzasadnieniem dla tej uwagi urządzenia reklamowe w formie masztów flagowych są powszechnie dopuszczane na nieruchomościach, na których znajdują się wielkopowierzchniowe obiekty handlowe (także w gminach, w których zostały podjęte uchwały krajobrazowe), wnioskowane parametry (liczba, wysokość, powierzchnia flagi) są standardowe dla urządzeń reklamowych tego rodzaju, a jednocześnie zapewniają wymaganą widoczność flagi.</p> <p>Jak wskazano powyżej, Uchwała w kilku przypadkach zawiera szczególne regulacje dotyczące nieruchomości, na których znajdują się w strefie D budynki niemieszkalne o powierzchni użytkowej powyżej 2.000 m². Prawidłowe i spójne z innymi postanowieniami Uchwały będzie wprowadzenie szczegółowych</p>							<p>urbanistyczne i przyczyniają się do powstawania chaosu reklamowego. W strefie D można sytuować do 5 szyldów wolnostojących (na podmiot na nieruchomości, na której prowadzi on działalność), trwale związanych z gruntem, z wymienionego w uchwale katalogu [§13 pkt13)]. Liczbę tą uznaje się za wystarczającą.</p> <p>Z uzasadnieniem dla odrzucenia uwagi zgłoszonej przy pierwszym wyłożeniu oraz inną dokumentacją związaną z projektem uchwały, można zapoznać się w czasie wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu, które odbyło się w dniach 11.10 – 10.11.2021r. Wnoszący uwagi nie skorzystał z tej możliwości.</p> <p>Poszczególne zapisy uchwały nie muszą być spójne z innymi, ponieważ ustawodawca dopuszcza stosowanie różnych regulacji dla różnych obszarów gminy pod warunkiem określenia w sposób jednoznaczny granic tych obszarów.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

			regulacji dla takich nieruchomości także w odniesieniu do dopuszczenia sytuowania na nich sztyldów w formie masztów reklamowych.							
11.			<p>§ 13 pkt 1ppkt g tiret trzecie Uchwały. Wnoszę o zniesienie ograniczeń maksymalnych wymiarów (obecnie 18 m²) sztyldu równoległego w pasie reklamowym w obszarze (strefie) D w przypadku sztyldów znajdujących się na wielkopowierzchniowych obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m². Powyższy limit został wprowadzony dopiero przy ponownym wyłożeniu projektu Uchwały (w fazie konsultacyjnej i przy pierwszym wyłożeniu limity wielkości sztyldów równoległych w pasie reklamowym w obszarze D nie dotyczyły wielkopowierzchniowych obiektów handlowych).</p> <p>Jest to istotna zmiana, w sposób znaczący godząca w interesy Castorama i innych przedsiębiorców prowadzących sklepy wielkopowierzchniowe w Kaliszu. Ze względu na dużą kubaturę budynku – wielkopowierzchniowego obiektu handlowego – sztyldu np. w formie tablic reklamowych lub liter przestrzennych musi mieć powierzchnię adekwatną do powierzchni, na której jest umieszczony. Pozostawienie dotychczasowego limitu – 18 m² – nie tylko nie zapewni właściwej widoczności sztyldu, ale spowoduje, że zmniejszone sztyldy nie będą</p>	§ 13 pkt 1) lit. g) Uchwały	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Sztyldy usytuowane na elewacji frontowej budynku w celu zachowania ładu i estetycznego wyglądu powinny mieć proporcje dostosowane do powierzchni elewacji frontowej na której się znajdują, nie do powierzchni całego budynku. Tak jest to określone w projekcie uchwały w przypadku sytuowania sztyldów w postaci liter przestrzennych na dachach budynków. Zasada proporcji oznacza zasadę sytuowania sztyldów ograniczającą wysokość liter przestrzennych w zależności od wysokości budynku. Od wysokości w/w sztyldu zależy jego szerokość. Autor uwagi używa pojęć: wielkopowierzchniowy, duża kubatura budynku, powierzchnia budynku, natomiast powierzchnia elewacji frontowej budynku jest niewielka w stosunku do powierzchni całego budynku. To że powierzchnia budynku jest duża nie może być argumentem przemawiającym za możliwością sytuowania wielkogabarytowych sztyldów.</p> <p>W toku prac cytowany zapis został zmieniony (został wprowadzony limit) w związku z uwagą złożoną w pierwszym wyłożeniu projektu uchwały do publicznego wglądu. Wskazany w projekcie gabaryt uznano za wystarczający. Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.</p> <p>Ustawa krajobrazowa nie przewiduje wyjątków wyłączenia z zapisów uchwały sztyldów</p>	

			<p>pozostawać we właściwej proporcji z powierzchnią budynku. Sposób usytuowania i parametry szyldów Castorama są elementem projektu architektoniczno-budowlanego, według którego są projektowane i budowane obiekty Castorama w całej Polsce. Projekty te zostały zatwierdzone prawomocną decyzją o pozwoleniu na budowę. Projekt szyldu, w tym jego rozmiary i sposób usytuowania, jest chroniony prawami autorskimi i jego zmiana nie jest możliwa bez zgody twórcy projektu budowlanego.</p>							<p>zatwierdzonych prawomocną decyzją o pozwoleniu na budowę lub chronionych prawami autorskimi. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)</p> <p>Uchwała krajobrazowa to akt prawa miejscowego i należy dostosować się do jego zapisów. Niedostosowanie może podlegać karze pieniężnej.</p>
12.			<p>§ 13 pkt 6 ppkt a tiret trzecie Uchwały. Wnoszę o zniesienie ograniczeń maksymalnych wymiarów (obecnie 18 m²) szyldu równoległego do elewacji sytuowanego na elewacji niezależnie od pasa reklamowego w formie tablic</p>		§ 13 pkt 6) lit. a) tiret trzecie Uchwały	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Z uzasadnieniem dla odrzucenia uwagi zgłoszonej przy pierwszym wyłożeniu oraz inną dokumentacją związaną z projektem uchwały, można zapoznać się w czasie wyłożenia projektu uchwały do publicznego wglądu, które odbyło się w dniach 11.10 – 10.11.2021r.</p>

		<p>reklamowych lub liter przestrzennych w obszarze (strefie) D w przypadku szyldów znajdujących się na budynkach niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 2.000 m².</p> <p>Uwaga Castorama dotycząca maksymalnych wymiarów szyldów równoległych do elewacji sytuowanych na elewacji niezależnie od pasa reklamowego zgłoszona w fazie konsultacyjnej i przy pierwszym wyłożeniu projektu uchwały nie została uwzględniona, przy czym nie zostało podane uzasadnienie dla odrzucenia tej uwagi na żadnym z etapów.</p> <p>Zgodnie z podanym poprzednio uzasadnieniem dla tej uwagi ze względu na dużą kubaturę budynku – wielkopowierzchniowego obiektu handlowego – szyld np. w formie tablic reklamowych lub liter przestrzennych musi mieć powierzchnię adekwatną do powierzchni, na której jest umieszczony. Pozostawienie dotychczasowego limitu – 18 m²- nie tylko nie zapewni właściwej widoczności szyldu, ale spowoduje, że zmniejszone szyldy nie będą pozostawać we właściwej proporcji z powierzchnią budynku. Sposób usytuowania i parametry szyldów Castorama są elementami projektu architektoniczno-budowlanego, według którego są projektowane i budowane obiekty Castorama w całej Polsce.</p>							<p>Wnoszący uwagi nie skorzystał z tej możliwości.</p> <p>Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)</p> <p>Pozostałe j.w.</p> <p>Szyldy usytuowane na elewacji frontowej budynku w celu zachowania ładu i estetycznego wyglądu powinny mieć proporcje dostosowane do powierzchni elewacji frontowej na której się znajdują, nie do powierzchni całego budynku. Tak jest to określone w projekcie uchwały w przypadku sytuowania szyldów w postaci liter przestrzennych na dachach budynków. Zasada proporcji oznacza zasadę sytuowania szyldów ograniczającą wysokość liter przestrzennych w zależności od wysokości budynku. Od</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

			Projekty te zostały zatwierdzone prawomocną decyzją o pozwoleniu na budowę. Projekt szyldu, w tym jego rozmiary i sposób usytuowania, jest chroniony prawami autorskimi i jego zmiana nie jest możliwa bez zgody twórcy projektu budowlanego.						wysokości w/w szyldu zależy jego szerokość. Autor uwagi używa pojęć: wielkopowierzchniowy, duża kubatura budynku, powierzchnia budynku, natomiast powierzchnia elewacji frontowej budynku jest niewielka w stosunku do powierzchni całego budynku. To że powierzchnia budynku jest duża nie może być argumentem przemawiającym za możliwością sytuowania wielkogabarytowych szyldów.	
13.	22.11. 2021r.	Xeo Reklama ul: Wrocławska 43-49 62-800 Kalisz	§ 14 pkt.6: 40 metrów między tablicami reklamowymi jest to odległość bardzo duża. Poprzez ograniczenie wielkości reklam w strefach dużo konstrukcji zostanie usuniętych, dlatego poluzujemy chociaż odstęp między billboardami. 20 metrów między konstrukcjami wystarczy a pozwoli to nam na utrzymanie pewnej ilości reklam.		§ 14 pkt.6)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Przepis dotyczy odległości między reklamami sytuowanych na jednej nieruchomości. Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty.
14.			§ 14 pkt 1 c: wnioskuję o zmniejszenie odległości od skrzyżowania, 30 metrów pozbawi nas większości reklam. Czy nie lepiej ustalić odsuniecie od drogi w graniach 10 metrów aby konstrukcje nie przeszkadzały, lecz dzięki temu będą mogły pełnić funkcję reklamy firm lokalnych? Może lepiej sprawdzać czy billboardy zachowane są w odpowiednim stanie technicznym aby nie szpeciły miasta a nie usuwać większości reklam, dzięki którym agencje reklamowe mogą funkcjonować.		§ 14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wymagane standardy jakościowe reklam zostały określone w § 15 projektu uchwały. Odległość oszacowana została w ten sposób, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście oraz ze względu na zachowanie estetyki i bezpieczeństwa ruchu drogowego. Po zmniejszeniu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty. Tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami w zbyt małej odległości od skrzyżowań to jedne z najważniejszych elementów do uporządkowania. Zapis odnoszący się do stanu technicznego reklam znajduje się w §15 pkt 1) projektu uchwały.
15.			§ 14 Dlaczego w obszarze A i B Citylighty mają wysokość do 2 m a obszar C zezwala do 2,5 metra?		§ 14	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Regulacje różnią się w zależności od strefy Strefa A i B o wysokim stopniu ochrony konserwatorskiej posiada większy rygor niż

			Plakaty montowane w gablotach mają 1,8 m wysokości, 2 metry wysokości urządzenia jest to zdecydowanie za mało. Proszę o zwiększenie wysokości do 2,5 metra dla wszystkich obszarów.							pozostałe strefy, dlatego dopuszczone są reklamy w mniejszym gabarycie. Wskazane gabaryty zostały uznane za wystarczające.
16.			§7 2. 12 miesięcy na usunięcie plansz która są zbyt blisko skrzyżowania jest to za krótki czas, większość znajduje się blisko skrzyżowania, dlatego największa ilość nośników będzie do usunięcia w ciągu 12 miesięcy. Jak mamy poradzić sobie z rosnącymi kosztami, miasto będzie pokrywać jakieś koszty przeniesienia? Nie jest to mały koszt, a dodatkowo nie mówimy tu o usunięciu jednej planszy tylko dużej ilości.	§7 ust.2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Okres dostosowawczy został skrócony w wyniku pozytywnego rozpatrzenia uwagi w poprzednim wyłożeniu projektu uchwały do publicznego wglądu. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych.	
17.	22.11.2021r.	McDonald's Polska Sp. z o.o. ul. Marynarska 15 02-674 Warszawa	Działając w imieniu McDonald's Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa), w związku z obwieszczeniem Prezydenta Miasta Kalisza o wyłożeniu do publicznego wglądu projektu uchwały w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”, wnoszę o uwzględnienie poniższych uwag w zakresie istniejących w Kaliszu przy Al. Wojska Polskiego 120 i Al. Wojska Polskiego 11c restauracji McDonald's. Przede wszystkim wskazać należy, że		-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Ustawa krajobrazowa nie przewiduje wyjątków wyłączenia z zapisów uchwały sztyldów zatwierdzonych prawomocną decyzją o pozwoleniu na budowę lub chronionych prawami autorskimi. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z	

			zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzenia aktu prawa miejscowego. W oparciu o powyższe, wnoszę o dodanie do uchwały postanowienia stanowiącego, że „nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale nośniki i urządzenia reklamowe, w tym szyldy istniejące w dniu wejścia w życie uchwały krajobrazowej, zrealizowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia, do którego nie zostały wniesione zastrzeżenia.”							przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej) Uchwała krajobrazowa to akt prawa miejscowego i należy dostosować się do jego zapisów. Niedostosowanie może podlegać karze pieniężnej. „(...) Ochrona praw nabytych nie oznacza nienaruszalności tych praw. Zasada ochrony praw nabytych nie ma charakteru absolutnego i nie wyklucza stanowienia regulacji mniej korzystnych dla jednostki. (...) Odstąpienie od ochrony praw nabytych jest dopuszczalne w szczególnych okolicznościach, gdy przemawia za tym inna zasada prawnokonstytucyjna” - Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22 czerwca 1999 r. (K 5/99).
18.			Jeśli powyższy postulat nie będzie mógł zostać uwzględniony, wnoszę o naniesienie do projektu następujących zmian: I. § 6 ust. 1 nadać następujące brzmienie: „Wskazane w niniejszej uchwale wymiary, oprócz powszechnie stosowanych formatów A3, A4 i A5, podlegają dopuszczonej tolerancji wynoszącej +/- 15 %”	§ 6 ust. 1	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zwiększenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwią osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.	
19.			II. §7 ust. 2 nadać następujące brzmienie:	§7 ust. 2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wskazany termin uznaje się za wystarczający. Z punktu widzenia problematyki chaosu	

			„Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie będących szyldami i niezgodnych z §14 pkt 1) lit. c (w zbyt małej odległości od skrzyżowania) termin, o którym mowa w ust. 1 określa się na 12 miesięcy, chyba, że są sytuowane w oparciu o pozwolenie na budowę, wówczas termin dostosowania wynosi 36 miesięcy.”				dniona		ędniona	reklamowego w mieście, tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami w zbyt małej odległości od skrzyżowań to jedne z najważniejszych elementów do uporządkowania.
20.			III. W §13 pkt 13) dodanie kolejnej lit. „w obszarze C: w liczbie jednego, o maksymalnej wysokości 15 m.”		§13 pkt 13)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Intencja autora treści uwagi jest niezrozumiała.
21.			IV. § 13 pkt 13) lit. e) nadać następujące brzmienie: „w obszarze D: w liczbie jednego, o maksymalnej wysokości 25m.”		§ 13 pkt 13) lit. e)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Taki zapis jest w projekcie uchwały. Intencja autora treści uwagi jest niezrozumiała.
22.			V. §14 pkt 1) lit. c) nadać następujące brzmienie: „tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej w odległości mniejszej niż 30 m od skrzyżowania, z wyjątkiem urządzeń reklamowych wymienionych w pkt 2) lit. a), pkt 3) lit. a) oraz w pkt 6) lit. a) niniejszego paragrafu, a także totemu do 15.”		§14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W paragrafie 14 projektu uchwały ustala się zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami. Totem jest urządzeniem reklamowym dopuszczonym w projekcie uchwały tylko jako szyld.
23.			VI. § 15 pkt 3) – dodać, że postanowienie to „nie dotyczy urządzeń i tablic istniejących w dniu wejścia w życie uchwały.”		§ 15 pkt 3)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę

										lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej)
24.			<p>Ponadto, proszę o uwzględnienie w projekcie uchwały sposobu prowadzenia przez spółkę McDonald's usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie drive thru, tj. bez wysiadania z samochodu (towar wydawany jest z okienka wprost do pojazdu). Zmotoryzowani klienci powinni mieć możliwość zapoznania się z ofertą, menu, cennikiem na tzw. linii drive'a. Informacje te zazwyczaj znajdują na podświetlanych tablicach, na których, zgodnie z odrębnymi przepisami, przedstawia się nie tylko zdjęcie produktu, ale i cenę zakupu. W praktyce nie ma innej (niż graficzna) możliwości przedstawienia menu, w przypadku, gdy zainteresowana osoba obsługiwana jest bez wychodzenia z samochodu.</p> <p>W przypadku dodatkowych pytań</p>			-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W strefie C i D można sytuować do 5 szyldów wolnostojących (na podmiot na nieruchomości, na której prowadzi on działalność), trwale związanych z gruntem, z wymienionego w uchwale katalogu [§13 pkt13)]. Liczbę tą uznaje się za wystarczającą.

			pozostajemy do Państwa dyspozycji.							
25.	24.11.2021r.	Ströer Polska Sp. z o.o. Plac Europejski 2 00-844 Warszawa	Uwagi do projektu uchwały Rady Miasta Kalisza w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”. W związku z wyłożeniem do publicznego wglądu projektu uchwały (jw.), w imieniu firmy Ströer Polska Sp. z o.o., składam uwagi do w/w projektu. Oznaczenie obszaru (nieruchomości) Z uwagi na rodzaj prowadzonej działalności, uwagi dotyczą obszaru Miasta Kalisza w granicach administracyjnych. § 14. 1 c) Komentarz zmiana zapisu. Wprowadzony w projekcie zapis podaje warunek odległości tablicy lub urządzenia reklamowego od skrzyżowania. W projekcie uchwały nie wskazano, który z elementów skrzyżowania jest brany pod uwagę. W wypadku tego parametru, precyzyjność wyznaczenia jednoznacznego punktu rozpoczęcia pomiaru ma istotne znaczenie. W wypadku niezachowania odległości 30 m, drastycznie skrócony zostaje termin dostosowania tablicy lub urządzenia reklamowego.	§ 14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z § 118 w związku z § 143 rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej w uchwale nie powtarza się przepisów zawartych w ustawach i rozporządzeniach. Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 124 z późn. zm.) definiuje czym jest skrzyżowanie i czym jest obszar skrzyżowania. Określona w projekcie uchwały odległość wynosząca 30 m to wartość minimalna. Zachowanie większej odległości od skrzyżowania jest dozwolone. Zapis nie wymaga doprecyzowania.	
26.			§ 14. 2 b) Komentarz zmiana zapisu. Powierzchnia reklamowa citylightów podświetlanych ma standardowe wymiary 1,2 x 1,8 m. Wymiary konstrukcyjne są większe, z uwagi na ramę, fundament oraz niezbędne z przyczyn estetycznych i praktycznych, wyniesienie powierzchni reklamowej	§ 14 pkt 2) lit. b)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uwaga dotyczy citylightów w strefie A, gdzie przepisy uchwały są najbardziej rygorystyczne ze względu na zabytkowy charakter terenu i wysoki stopień jego ochrony. Większe citylighty o których wspomniano w uwadze dopuszczone są w strefach C i D. Brak określenia gabarytu całego urządzenia reklamowego stwarza zagrożenie usytuowania	

			ponad poziom terenu. Wnosimy o dostosowanie zapisu do standardów przez opisanie powierzchni ekspozycyjnej o parametrach: szerokości 1,2 m i wysokości 1,8 m.							nośnika o zgodnej z zapisem projektu uchwały powierzchni ekspozycji ale niedopuszczalnie dużej konstrukcji.
27.			§ 15. 3) Komentarz zmiana zapisu. 3) we wszystkich obszarach: dla elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy zastosować barwę czarną lub antracytową RAL7016. Wnosimy o usunięcie numeru wzornika RAL i pozostawienie barwy antracytowej. Egzekucja przez służby miejskie uchwały reklamowe, przez porównanie ze wzornikiem, będzie praktycznie niemożliwa.	§ 15 pkt 3)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Sposób egzekwowania zapisów uchwały nie może być przedmiotem zapisów w uchwale krajobrazowej i nie podlega wnoszeniu uwag. <i>Celem ustalenia kolorystyki obiektów wymienionych w uchwale jest dbanie o ład przestrzenny, który jest istotnym elementem postrzegania krajobrazu. Nie sposób sobie wyobrazić ochrony krajobrazu bez regulowania kolorystyki, w szczególności dominującej swą jaskrawością i natężeniem na obszarach przyrodniczych lub historycznych. Ograniczenia odnośnie ich barw wprowadzono w wąskim zakresie, efekty nie są trudne do zrealizowania. (za Wyrokiem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18 Obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych do postanowień uchwały krajobrazowej a odszkodowanie.)</i> Zgodnie z ustawą krajobrazową można określić m. in. zasady i warunki sytuowania oraz standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami. Barwa RAL7016 została wskazana w wyniku konsultacji z Wojewódzkim Wielkopolskim Urzędem Ochrony Zabytków w Poznaniu, została wprowadzona na podstawie przepisów odrębnych i nie podlega zmianom.	
28.	24.11.2021r.	Vixon Media Sp. z o.o. ul. Wrocławska 37	J/n Podpisany (...), Chcę odnieść się do uchwały krajobrazowej, która ma bardzo duży wpływ na moją osobę, jako pracownika agencji reklamowej.		-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nadrzędnym celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie przestrzeni publicznej i ograniczenie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego a nie całkowity zakaz czy	

		ul. Niska 1f 63-400 Ostrów Wielkopolski	<p>Zajmujemy się wynajmem tablic reklamowych typu billboard na terenie miasta Kalisz. Także je serwisujemy. Jest to dla mnie jedyne źródło utrzymania. Wiadomo, że sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna. Perspektywa w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy to dla mnie, dla całej firmy, katastrofa. Bardzo liczyliśmy, iż miasto będzie wspierać firmy lokalne z różnych branż, biorąc pod uwagę obecną sytuację i pandemię. Współpracujemy z innymi lokalnymi ale także ogólnopolskimi firmami, które zlecają nam pracę. Współpracujemy z takimi podmiotami, jak domy mediowe, małe firmy, sieci sklepów oraz firmy regionalne z różnych dziedzin gospodarczych. Każda firma, każde przedsiębiorstwo, to ludzie, miejsca pracy oraz ich rodziny. Czy miasto przewiduje dla nas jakieś wsparcie finansowe? W przypadku wejścia w życie uchwały krajobrazowej, boję się o swoje stanowisko pracy, a jest to moje jedyne i podstawowe źródło utrzymania rodziny. Muszę spłacać kredyty. Kupować jedzenie. Dokonywać opłat administracyjnych. W przypadku utraty pracy, nie będę w stanie tego robić. Czy miasto też będzie całkowicie rezygnowało z takiej formy przekazu dla mieszkańców, jakim są billboardy ? W mieście i regionie jest ich sporo m.in. reklamowane są</p>							<p>wyeliminowanie możliwości reklamowania się. W projekcie uchwały zostały ujęte zapisy dotyczące reklamy okolicznościowej związanej z wydarzeniami kulturalnymi i sportowymi. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] nie przewiduje odszkodowań za poniesione szkody w wyniku wprowadzenia zasad uchwał krajobrazowych. Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Zgodnie z ustawą krajobrazową [Ustawą z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] można wprowadzić opłatę reklamową lub wyznaczyć karę pieniężną za niedostosowanie do zapisów uchwały. Stanowi to dochód do budżetu miasta. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy i reklamy nie będą musieli wprowadzać zmian.</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>imprezy sportowe, kluby sportowe. Czy te imprezy pod kątem promocyjnym oraz komercyjnym są dla miasta nieistotne? Firmom, które działają na rynku lokalnym i z tego typu przekazu korzystają będzie z wiadomych względów spadać sprzedaż, a rozwój miasta jest przecież łańcuchem czynników powiązanych. Czy miasto uwzględni tego typu straty w swoim budżecie - co za tym idzie brak wpływ z w/w firm w formie podatków? Nie jedna firma lub starsza osoba wynajmując miejsce pod reklamę mocno się cieszy z wpływów, które docierają do nich w formie pośredniej od reklamodawców. Bardzo proszę raz jeszcze przeanalizować uchwałę, którą chcą Państwo wprowadzić w życie.</p>							
29.	24.11.2021r.	Jet Line Sp. z o.o. ul. Broniewskiego 3 01-785 Warszawa	<p>Uwagi do projektu UCHWAŁY RADY MIASTA KALISZA w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane“.</p> <p>Prawa nabyte muszą być bezwzględnie przestrzegane - niezgodne z Konstytucją RP są działania zmuszające właściciela konstrukcji do jej demontażu w przypadku, gdy wcześniej urząd wydał prawomocne pozwolenie na budowę lub potwierdził przyjęcie zgłoszenia. Sprawa ta będzie</p>	-	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane uchwałą krajobrazową. Samorząd nie ma uprawnienia do stwierdzenia niezgodności ustawy krajobrazowej z Konstytucją RP. Sprawę bada Trybunał Konstytucyjny. Zgodnie z aktualnym orzecnictwem sądowym w sprawie objęcia zasadami jedynie nowo powstałych obiektów, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wzniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu	

			zapewne w niedługim czasie rozpatrywana w Trybunale Konstytucyjnym. Nie można tak samo traktować reklam ustawionych zgodnie z prawem i reklam nielegalnych. Wg badań przeprowadzonych w innych miastach, reklamy ustawione zgodnie z prawem to ok. 10% wszystkich nośników, zaś aż 90% nośników w ogóle nie powinna znajdować się w przestrzeni. Zwracamy więc uwagę, że zmiana w projekcie uchwały uwzględniająca stan prawny istniejących konstrukcji, posadowionych zgodnie z decyzjami administracyjnymi, wyeliminuje niesprawiedliwe i nieprawne traktowanie właścicieli legalnych nośników reklamy.							reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej) „(...) Ochrona praw nabytych nie oznacza nienaruszalności tych praw. Zasada ochrony praw nabytych nie ma charakteru absolutnego i nie wyklucza stanowienia regulacji mniej korzystnych dla jednostki. (...) Odstąpienie od ochrony praw nabytych jest dopuszczalne w szczególnych okolicznościach, gdy przemawia za tym inna zasada prawnokonstytucyjna” - Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22 czerwca 1999 r. (K 5/99)
30.			Reklama zewnętrzna pełni ważną funkcję w przestrzeni publicznej. Wspiera prowadzenie działalności przez przedsiębiorców i usługodawców, zaś mieszkańcom ułatwia dotarcie do informacji. Bardzo ważne jest, aby format reklamy był dostosowany do prędkości i sposobu poruszania się odbiorców – jak kierowca ma przeczytać komunikat umieszczony na reklamie wielkości kartki papieru, na której reklamodawca powinien wytłumaczyć klientowi jak dojechać np: do warsztatu samochodowego? (np.: §14 ust 5). Odnoszę wrażenie, że w procesie przygotowywania uchwały	§14 pkt 5)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nadrzędnym celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie przestrzeni publicznej i ograniczenie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego a nie całkowity zakaz, czy wyeliminowanie możliwości reklamowania się. Informację o prowadzonej działalności niesie szyld, natomiast uwaga dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami. Istnieją inne, skuteczniejsze środki pozwalające na zorientowanie się w przestrzeni np. nawigacja gps w samochodzie lub w telefonie komórkowym. Większość obszaru miasta to tereny zabudowane z ograniczoną dopuszczoną prędkością, dlatego nie przewiduje się reklam adresowanych do kierowców poruszających się z prędkością większą niż dozwolona.	

			zapomniano o sprawie najistotniejszej: miasto rozwija się dzięki gospodarce, a gospodarka potrzebuje reklamy – estetycznej i skutecznej;							Wskazany w uwadze gabaryt dotyczy tablicy reklamowej umieszczonej na ścianie budynku i uznaje się go za wystarczający.
31.			Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym określiła dokładnie, jaki jest zakres upoważnienia ustawowego dla uchwały krajobrazowej. Tego upoważnienia nie można przekraczać. Jednym z przykładów takiego przekroczenia w projekcie jest regulacja dotycząca reklam wewnątrz lokalu (np.: §12 ust 4);	§12 pkt 4)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Usunięcie tego zapisu skutkowało by możliwością umieszczenia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego bez zachowania dystansu wewnątrz budynku, przez co utraciłoby sens regulowanie stopnia przysłonięcia witryny przez szyldy. Jest to zapis, który przez wprowadzenie dystansu, doprecyzowuje inne zapisy i eliminuje niejednoznaczność. Ustawa krajobrazowa [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] pozwala ustalić zasady i warunki sytuowania na terenie miasta tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, ich gabaryty i liczby, które to szyldy mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Odległość oszacowana została po to, aby zgodnie z celem uchwały ograniczyć chaos reklamowy w mieście. Po usunięciu tego parametru cel nie zostanie osiągnięty. Zapis nie jest sprzeczny z ustawą.	
32.	24.11.2021r.	Vixonmedia sp.z.o.o. ul. Niska 1 f Ostrów wlkp.	Uwagi / opinie / zapytania / sugestie / propozycje / pytania Ja jako w/w podmiot gospodarczy chciałbym się odnieść do uchwały krajobrazowej która w samych zapisach w bardzo dużym stopniu, po jej wprowadzeniu przyczyni się do ograniczenia lub nawet likwidacji naszego profilu działalności, którym obecnie się zajmujemy czyli, wynajęcie, druk oraz pełen serwis		-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Nadrzędnym celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie przestrzeni publicznej i ograniczenie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego a nie całkowity zakaz czy wyeliminowanie możliwości reklamowania się. [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] uniemożliwia wprowadzenie do uchwały krajobrazowej zapisów zakazujących sytuowania szyldów informujących o prowadzonej działalności.	

		<p>tablic reklamowych.</p> <p>Jest to dla mnie jaki i dla moich pracowników jedyne źródło utrzymania. Wiadomo że obecny czas pandemii znacznie podwyższa koszty prowadzenia działalności , a głównym naszym celem jest przede wszystkim utrzymanie pracowników oraz pracowników firm podwykonawczych z którymi ściśle współpracujemy .</p> <p>Widmo że w sposób pośredni odczuje to bardzo duża grupa podmiotów gospodarczych , firm lokalnych , wspólnot mieszkaniowych , spółdzielni mieszkaniowych oraz osoby prywatne które również mają wpływy pośrednio z naszych usług.</p> <p>Duża część firm , instytucji , spółdzielni mieszkaniowych , wspólnot mieszkaniowych osób fizycznych jest zadowolona z dodatkowych wpływów które , tym bardziej w obecnym czasie stanowią dla nich dodatkowych dopływów gotówki za użyczenie swojej własności – części ściany lub gruntów . Po wejściu uchwały znaczna grupa zostanie pozbawiona tych środków.</p> <p>Widmo że idą za tym mniejsze wpływ w formie podatków do budżetu miasta jak i państwa. Wiadomo iż sytuacja gospodarcza na ten moment jest bardzo poważna , a działając jeszcze z perspektywą iż w przyszłości ograniczenia lub całkowicie wyeliminowania nas z możliwości pracy jest dla nas na ten moment katastrofalne . Wiadomo iż jako</p>								<p>Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy nie będą musieli wprowadzać zmian.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>podmioty gospodarcze ,większości kapitał oparty jest na kredytach, leasingach z długoletnim czasem ich spłaty. Nadmienię że nie jesteśmy grupą firm i osób chcąc korzystać z zasiłków Państwa ,lecz działać i przynosić wartość dodaną do budżetu . Uchwała pacząc na jej zapisy jest bardzo kosztowana przy samym jej wprowadzeniu dla bardzo dużej grupy podmiotów gospodarczych , instytucji - niekonieczne związanych bezpośrednio z usługami reklamowymi . Prosimy jak bardzo szeroka grupa firm , instytucji oraz osób fizycznych działająca przed wszystkim lokalnie w naszym regionie o uwzględnienie tego faktu przy podejmowaniu w/w uchwały, czy czas obecny jest słuszny na jej wprowadzenie. Pozwolę sobie kierować zapytania , opinie lub uwagi w odniesieniu do poszczególnych punktów zapisów uchwały bezpośrednio pod ich zapisami przebarwiając wszelkie kwestie kolorem niebieski ;</p>							
33.			<p>konsultacje były przeprowadzone zdalnie ze względu na Covid -19 mocno ograniczały pełniejsze i w szerszym gronie omówienie wielu zagadnień !!!</p>	§ 3 pkt 2)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	<p>Procedura uchwalenia uchwały krajobrazowej Miasta Kalisza rozpoczęła się w 2016r. W międzyczasie odbyły się konsultacje społeczne w 2017r oraz w 2020r., spotkanie informacyjne w 2021r., dwukrotne wyłożenie do publicznego wglądu i trzykrotne zbieranie uwag. Spotkanie z interesantami dotyczące projektu uchwały krajobrazowej zostało odwołane w 2020 roku ze względu na okres pandemii wywołanej wirusem SARS-CoV-2. Zostało przeniesione i odbyło się</p>	

										w małych grupach (również ze względu na okres pandemii) w terminach od 23.03 do 9.04.2021r. Autor niniejszej uwagi uczestniczył w tych konsultacjach w dniu 7.04.2021r.
34.			czy w przypadku imprez masowych mogą być stosowane bilbordy które mają zmienną część reklamy w cyklach występujący nie dłuższych niż 30 dni ?	§ 4 ust. 1 pkt 15)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Reklama okolicznościowa jest reklamą tymczasową i wedle zapisów może być sytuowana na określony czas trwania imprez kulturalnych lub sportowych na maksymalnie 30 dni.
35.			czy tu jest określony jakiś format ?	§ 4 ust. 1 pkt 19)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Dopuszczalny format tablicy kierunkowej jest określony w § 14 projektu uchwały.
36.			czy sugerowano się podczas określania tych norm i wymiarów ? czy są to normy przyjęte powszechnie stosowane czy raczej temat będzie wdrożony tylko na terenie miasta Kalisza ?	§ 4 ust. 1 pkt 23)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zasada proporcji oznacza zasadę sytuowania szyldów ograniczającą wysokość liter przestrzennych w zależności od wysokości budynku. Od wysokości w/w szyldu zależy jego szerokość. Celem wprowadzenia zapisów uchwały jest m. in. zachowanie estetyki elewacji budynków. [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] pozwala ustalić zasady i warunki sytuowania na terenie miasta tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, ich gabaryty i liczby, które to szyldy mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Każde miasto lub gmina, przystępując do prac nad uchwałą krajobrazową może ustalić własne zasady i warunki.
37.			co w przypadku gdy podmiotów gospodarczych w danym budynku jest więcej, a potrzebują mieć komunikację reklamową o swojej	§ 4 ust. 1 pkt 24)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis ten dotyczy nakazu uporządkowania szyldów zgrupowanych w większej ilości. [Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie

			placówce wszystkie podmioty w jakiej formie będzie to rozpatrywane ? na podmiot lub obiekt ?							niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. poz. 774 z późn. zm.)] pozwala ustalić zasady i warunki sytuowania na terenie miasta tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, ich gabaryty i liczby, które to szyldy mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność.
38.			Tu mam pytanie , czy odległość ta będzie liczona od pasa drogi – linia ciągła oddzielająca krawędź jezdni od pobocza drogi w odniesieniu drogi , ?	§ 6 ust. 3	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 124 z późn. zm.) definiuje czym jest skrzyżowanie i czym jest obszar skrzyżowania. Odległość tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych od skrzyżowań liczona jest jako najkrótszy odcinek łączący rzut prostopadły na płaszczyznę gruntu skrajnego elementu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przecięciem krawędzi jezdni.
39.			co w przypadków na danej posesji lub terenie jest więcej niż jeden takich samych szyldów opisanych powyżej ? czy któryś będzie musiał być w tym przypadku usunięty ?	§ 6 ust. 6	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zależy to od tego czy wolnostojące tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe będące szyldami spełniają warunki i zasady uchwały krajobrazowej. Trudno określić intencje zapisu.
40.			.Czy ten okres może być wydłużony ze względu na panująca od dłuższego sytuacje Covidową – oraz panującymi problemami związanymi z normalnym prowadzeniem bieżącej działalności gospodarczej firm z tej branży tj. Agencje reklamowe ,firmy inwentowe ,drukarnie , firmy serwisowe i montażowe i nie tylko z tych branż – ten temat dotyka w	§ 7 ust. 1	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wydłużenie terminów dostosowawczych nastąpiło w wyniku rozpatrzenia uwag po konsultacjach społecznych w marcu 2020 r. i w związku z wystąpieniem pandemii na terenie kraju. Nie przewiduje się ponownego przedłużania terminów.	

			<p>sposób pośredni lub bezpośredni bardzo duża grupę naszego społeczeństwa. „Dźwigając się” po I II III fali Covid -19 wchodząc w kolejną IV falę pandemii Covid – 19 tak naprawdę jako podmioty gospodarcze , osoby fizyczne, instytucje obserwując obecną sytuację gospodarczą na świecie i kraju widzimy iż pewne koszty pracy i życia rosną na m w sposób bardzo znaczący, co na pewno dotychczas jako firmy oraz osoby fizyczne w nadchodzącym czasie . Wiadomo na dany moment też nie wiemy jak długo w/w sytuacja potrwa Liczymy iż jako firmy po już pandemicznym okresie będziemy pobudzać normalny tryb prowadzenia działalności oraz odpracowywać koszty poniesionych strat . Wiadomo i poniesione nakłady finansowe firm działające w tej branży i nie tylko na wszelakie inwestycje w obecnej sytuacji i oraz czasie samej amortyzacji zwrotów poniesionych nakładów bardzo mocno się wydłuża. Prosimy jeżeli temat będzie ponownie rozpatrywany i omawiany przez radę miasta o uwzględnienie tego faktu i możliwe jak najdłuższe wydłużenie tego okres : proponowany przez firmy z tej branży i nie tylko to okres do 60 miesięcy. Dla wielu firm wprowadzenie uchwały i dopasowaniem się do jej parametrów będzie wiązać się z bardzo dużymi kosztami i nakładami , a nie jedna</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			firma będzie musiał całkowite się przebranżowić lub całkowicie zamknąć swoją działalność . Jeszcze raz bardzo prosimy o uwzględnienie tego faktu !!!						
41.			Czy w ten punkt wpisują się billboardy ?	§ 7 ust. 2	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Wpisują się jeśli nie pełnią funkcji szyldu.
42.			czy tu chodzi o to iż ,dana konstrukcja była zgłoszona do UM miasta będzie dopiero usunięte po tym okresie ?	§ 8	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy obowiązku dostosowania do zasad i warunków uchwały nowo powstałych obiektów małej architektury i ogrodzeń po wejściu w życie uchwały krajobrazowej.
43.			czy dopuszcza się oświetlanie solarne – mające stałe natężenie ? forma ekologiczna jak na ten czas ?	§ 12 pkt 2)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Nie jest to określone w zapisach uchwały.
44.			czy ten zapis będzie liczony od krawędzi budynku lub tablicy? czy w jakiś inny sposób ?	§ 12 pkt 3)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Sposób liczenia odległości określony jest w § 6 ust.2. projektu uchwały.
45.			co w przypadku sklepów dyskontowych , stacji paliw, marketów oraz sklepów lokalnych ,mających folie ochrona na całej powierzchni jako formę reklamy oraz zabezpieczenie przed nadmiernym nasłonecznieniem ?	§ 12 pkt 4)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Należy dostosować szyldy do zasad i warunków określonych w uchwale w określonych terminach dostosowawczych. Uchwała jedynie ogranicza pole zasłonięcia przeszklenia. Jeśli naklejka nie posiada treści reklamowej, nie jest reklamą ani szyldem – nie podlega warunkom i zasadom uchwały krajobrazowej. Można zabezpieczyć towar przed nadmiernym nasłonecznieniem w inny sposób niż za pomocą reklamy.
46.			Czy będzie osoba lub dział w urzędzie miasta z którym te zagadnienia będzie można na etapie nowych projektów lub adaptacji istniejących omówić ? jak widomo każda tak zmiana wiąże się ze sporymi nakładami finansowymi i	§ 13pkt 5)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Sprawę dotyczącą prowadzenia prac nad uchwałą krajobrazową prowadzi Wydział Budownictwa, Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Kalisza. W projekcie uchwały nie umieszcza się rozwiązań realizacyjnych dotyczących zapisów uchwały, jak też sposobu

			czasowymi dla podmiotów gospodarczych i nie tylko . Pewne rzeczy dla każdej ze stron w temacie zasad reklamowania oraz jej formy np. kolorystyki, materiału , kształtu itp. są względne .							ich egzekwowania. Kwestie te nie podlegają wnoszeniu uwag.
47.			czy sytuowanie tablic o w/w formacie na posesjach prywatnych – uwarzone są jako mieszkalne będą mogły być umieszczane tego typu konstrukcje ? jak to się ma w odniesieniu do trenerów spółdzielni mieszkaniowych , oraz wspólnot mieszkaniowych ? czy dobrze rozumiem zapis jedne nośnik w/w formacie na daną ilość metrów 2 ? w poszczególnym obszarze ?	§ 13 pkt 6) lit. c)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy tylko szyldów na budynkach niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 4000 m ² zlokalizowanych w strefie C. Zgodnie z art.37a ust.2. ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741) w odniesieniu do szyldów w uchwale, o której mowa w ust. 1, określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność.
48.			czy sytuowanie tablic o w/w formacie na posesjach prywatnych – uwarzone są jako mieszkalne będą mogły być umieszczane tego typu konstrukcje ? jak to się ma w odniesieniu do trenerów spółdzielni mieszkaniowych , oraz wspólnot mieszkaniowych ? czy dobrze rozumiem zapis jedne nośnik w/w formacie na daną ilość metrów 2 ? w poszczególnym obszarze ?	§ 13 pkt 6) lit. d)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy tylko szyldów na budynkach niemieszkalnych o powierzchni użytkowej powyżej 2000 m ² zlokalizowanych w strefie D. Pozostałe j.w.
49.			czy mówimy tu o ilości tablic obok siebie na danej posesji ?	§ 13 pkt 13) lit. a)	-	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy maksymalnej liczby szyldów w postaci tablic reklamowych, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Uwzględniając zapisy § 11 w formie wolnostojącej ogranicza się liczbę szyldów do pięciu.

50.		czy mówimy tu o ilości tablic obok siebie na danej posesji ?		§ 13 pkt 13) lit. b)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy maksymalnej liczby szyldów w postaci billboardów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. j.w
51.		czy mówimy tu o ilości tablic obok siebie na danej posesji ?		§ 13 pkt 13) lit. e)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zapis dotyczy maksymalnej liczby szyldów w postaci totemów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. j.w
52.		co w przypadku dyskontów handlowych oraz galerii handlowych, salonów samochodowych oraz stacji paliw będących w tych strefach a korzystający obecnie z tej formy reklamy – placówki posiadające okna ?/		§ 14 pkt 1) lit. b)	-	-	-	-	Brak uwagi, forma zapytania. Zakaz dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami. Wskazane obiekty korzystają z formy szyldów informujących o prowadzonej działalności. Zasady dotyczące szyldów znajdują się w § 11 - § 13 projektu uchwały.
53.		czy tu odległość można uwzględnić inną co do metrów ? duża część nośników standardowych wpisuje się gabarytem i estetykę pod kontem wizualnym a odległość ta może być mniejsza i dodatkowo spełnia swoją rolę jeżeli chodzi o przekaz, według odległości ustalonych przez Zarząd Dróg I Komunikacji Miejskich jest to od 6 m do 8 m od skrzyżowania w strefie zabudowanej.		§ 14 pkt 1) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Wprowadzenie zmian w zapisach projektu uchwały i zmniejszenie parametru wedle propozycji składającego uwagi uniemożliwi osiągnięcie zamierzonego celu w postaci uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie chaosu reklamowego.
54.		Czy w strefie B ciąg ul Wojska Polskiego mogą być po obu stronach sytuowane nośniki o gabarytach większych niż 9 m ² , jest to ciąg komunikacyjny dwupasmany ,		§ 14 pkt 4)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	W części brak uwagi, forma zapytania. Regulacje różnią się w zależności od strefy. Strefa A i B o wysokim stopniu ochrony konserwatorskiej posiada większy rygor niż pozostałe strefy, dlatego dopuszczone są

			reklama o sugerowanym wymiarze w tej strefie „ B „, będzie mało czytelna - nie spełniać będzie swojej formy przekazu . Sądzę iż nośniki o gabarycie większym niż sugerowany w tej części miasta nie powinny stanowić utraty wizerunku tego ciągu komunikacyjnego .							reklamy w mniejszym gabarycie. Wskazane gabaryty zostały uznane za wystarczające.
55.	24.11. 2021r.	Kaliska Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko – Własnościowa ul. Górnośląska 69A	Dot. Projektu Uchwały Rady Miasta Kalisza w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, i ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane”. Z uwagi na aktualną sytuację gospodarczą związaną z przedłużającym się okresem epidemii oraz wyższych kosztów, Kaliska Spółdzielnia Mieszkaniowa wnioskuje o wprowadzenie w chwili obecnej przepisów dotyczących tylko nowo sytuowanych obiektów. Uwagi odnośnie poszczególnych zapisów:			-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Zagadnienie nie jest regulowane zapisami uchwały krajobrazowej. Zgodnie z aktualnym orzecznictwem sądowym, należy uznać, iż ustawodawca celowo nie przewidział wyłączenia z obowiązku dostosowania do przepisów uchwał krajobrazowych "legalnie" posadowionych reklam, w szczególności tych, które zostały wniesione na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń. W takim przypadku niemożliwe byłoby bowiem osiągnięcie celu uchwał krajobrazowych, którym jest uporządkowanie przestrzeni gmin poprzez wyeliminowanie tzw. chaosu reklamowego. Okoliczność, że dany nośnik reklamy został postawiony zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nośnik ten nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gmin. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 403/18 Sposób rozpatrywania uwag do projektu uchwały krajobrazowej).
56.			Rozdział 2 „Zasady i warunki dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych”. § 17 pkt 2 c – W/w paragrafie nie ma uwzględnionych zasad umieszczenie		§ 17 pkt 2) lit. c)	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Cytowany przepis dotyczy sytuowania reklamy okolicznościowej na budynkach. Wprowadzono w tym paragrafie [§ 17 pkt 1) lit. c)] regulacje dotyczące sytuowania reklam w obrębie skrzyżowań. Intencja autora uwagi jest

			reklam w obrębie Rond.							niezrozumiała. Ogólnie odnosząc się do zapisów projektu uchwały zasady umieszczania reklam w obrębie rond są ujęte w zapisach zasad umieszczania reklam w obrębie skrzyżowań. Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 124 z późn. zm.) wskazuje w paragrafie 55 ust.1, że ze względu na wymagania techniczne i użytkowe skrzyżowania dzieli się na: 1) zwykłe - niezawierające na żadnym wlocie wyspy dzielącej kierunki ruchu lub środkowego pasa dzielącego; 2) skanalizowane - zawierające co najmniej na jednym wlocie wyspę dzielącą lub środkowy pas dzielący; 3) typu rondo - zawierające wyspę środkową, wokół której odbywa się ruch okrężny pojazdów; w przypadkach określonych w § 75 ust. 3 wyspa może być przejezdna. Rondo jest więc skrzyżowaniem, zgodnie z przepisami odrębnymi.
57.			Rozdział 1 „Zasady i warunki dotyczące szyldów” § 13 pkt 2a; 2b; 2c – ograniczenie przesłaniania szyb w witrynach. W/w placówkach, z uwagi na charakter prowadzonej działalności, szyby są oklejone w sposób trwały. W witrynach znajdują się reklamowe przekazy o towarach lub usługach wykonane estetycznie i zgodnie z profilem działalności. Oklejanie szyb folią lub sitodrukiem jest również stosowane w celu ograniczenie nasłonecznienia. Likwidacja tego typu witryn wiązałyby się z dużymi	§ 13 pkt 2	-	uwaga nieuwzględniona	-	uwaga nieuwzględniona	Uchwała nie zakazuje zasłaniania witryn w całości, a jedynie ogranicza pole zasłonięcia przeszklenia. Ponadto, jeśli naklejka nie posiada treści reklamowej, nie jest reklamą ani szyldem – nie podlega warunkom i zasadom uchwały krajobrazowej. Uwaga wynika z błędnej interpretacji przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym [Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741)]. Należy dodać, że otwarcie witryn umożliwi wgląd wewnątrz i zachęca do zapoznania się z asortymentem sklepu. Dostęp do światła dziennego jest wskazany dla pracowników sklepów i lokali usługowych, o czym mówią przepisy odrębne. Można zabezpieczyć towar przed nadmiernym	

			<p>kosztami wymiany oszklenia. Narzucenie ścisłych wymiarów szyldów również będzie się wiązało z ponoszeniem dużych kosztów przez podmioty gospodarcze prowadzące działalność handlową lub usługową. Ograniczenie możliwości działania firm reklamowych będzie miało wpływ na obniżenie dochodów z tytułu reklam dla zarządców nieruchomości, a dochody te przeznaczone są na fundusze remontowe.</p>							<p>naślonecznieniem w inny sposób niż za pomocą reklamy. Łagodniejsze zapisy nie przyczynią się do uporządkowania przestrzeni publicznej i eliminacji chaosu reklamowego. Ci przedsiębiorcy i usługodawcy, którzy mają estetyczne, niewielkich gabarytów szyldy nie będą musieli wprowadzać zmian.</p>
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	---

Kalisz, dnia 28.12.2021 r.

.....
(podpis Prezydenta Miasta Kalisza)

Uzasadnienie

W dniu 27 października 2016 r. Rada Miasta Kalisza podjęła uchwałę Nr XXIX/351/2016, w sprawie przystąpienia do sporządzenia projektu uchwały o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Na mocy uchwały inicjującej powstał niniejszy akt prawa miejscowego, mający na celu ochronę ładu przestrzennego i jego prawidłowego kształtowania w zabytkowej przestrzeni miasta.

Uchwała w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Kalisza obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane” ma na celu uporządkowanie przestrzeni, zatrzymanie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego jednocześnie zachowując możliwość estetycznej prezentacji działalności.

Celem wprowadzenia niniejszych zasad jest zachowanie równowagi między eksponowaniem m.in. reklam a ochroną wartościowych, zabytkowych elementów w skali od detalu architektonicznego przez zabytkowe założenie urbanistyczne do skali krajobrazu kulturowego. Z uwagi na fakt wysokiej wartości historycznej śródmieścia miasta Kalisza wprowadzenie niniejszych zasad jest konieczne dla jego ochrony, oraz w celu ukazania w pełni walorów miasta dla korzyści wszystkich, którzy korzystają z przestrzeni publicznej.

Wobec powyższego podjęcie uchwały jest zasadne.

*Prezydent
Miasta Kalisza
/.../
Krystian Kinastowski*