

**UCHWAŁA NR  
RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI**

**z dnia 2016 r.**

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2016 r. poz. 446) oraz art. 37a ust. 1 i 4 oraz art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2016 r. poz. 778, 904 i 961), Rada Miejska w Łodzi

**uchwała, co następuje:**

**§ 1.** Ustala się dla obszaru miasta Łodzi 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, określone w załączniku Nr 1 do uchwały.

**§ 2.** Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Łodzi uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

**§ 3.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Łodzi.

**§ 4.** Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Łódzkiego.

**Przewodniczący  
Rady Miejskiej w Łodzi**

**Tomasz KACPRZAK**

Projektodawcą jest  
Prezydent Miasta Łodzi

**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, dla Miasta Łodzi.**

**DZIAŁ I**  
**Przepisy ogólne**

§ 1. Celem 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 Miasta Łodzi, zwanych dalej Zasadami jest:

- 1) dążenie do zachowania i kształtowania ładu przestrzennego na obszarze Miasta Łodzi poprzez opracowanie zasad prawa miejscowego dla obszaru Miasta Łodzi, w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam, szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz obiektów małej architektury i ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 2) ochrona krajobrazu kulturowego i tożsamości Miasta Łodzi, a także poprawa jego wizerunku poprzez przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom degradacji przestrzeni Miasta Łodzi, w tym szczególnie niekontrolowanej ekspansji reklamy zewnętrznej w krajobrazie miejskim;
- 3) skuteczna poprawa estetyki przestrzeni publicznych oraz wsparcie w procesie rewitalizacji zdegradowanej tkanki miejskiej, a także realizacja polityki przestrzennej Miasta zdefiniowanej w Strategii Przestrzennego Rozwoju Łodzi 2020+, przyjętej uchwałą Nr XLIII/824/12 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 25 czerwca 2012 r. a także jej rozwinięcia wynikającego z Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+, przyjętego uchwałą XI/211/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 29 kwietnia 2015 r.;
- 4) wzmocnienie poczucia tożsamości i przynależności użytkowników przestrzeni publicznych, a także dążenie do ogólnej lepszej jakości życia mieszkańców.

§ 2. 1. Ilekroć w niniejszych Zasadach jest mowa o:

- 1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć reklamę, wykonaną na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nieoświetloną, oświetloną lub podświetloną o standardowych wymiarach powierzchni ekspozycyjnej w układzie poziomym:
  - a) 9m<sup>2</sup> (2,47x3,54m),
  - b) 12m<sup>2</sup> (3x4m lub 2,38x5,04m),
  - c) 18m<sup>2</sup> (3x6m);

- 3) **brandingu** – należy przez to rozumieć systemowy aparat kształtowania wizerunku wybranej działalności, poprzez stworzenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej, wyrażanego poprzez wygląd, komunikowanie i zachowanie, kojarzonego wyłącznie z jedną, wybraną marką, znajdujący szczególnie zastosowanie w przypadku oznakowania np. identyfikacji wizualnej podmiotu gospodarczego lub instytucji: sieciowych stacji benzynowych, hipermarketów, sieci fastfoodów, centrów handlowych, sieciowych hoteli, centrów spedycyjnych itp.;
- 4) **budynku użyteczności publicznej** - należy przez to rozumieć budynek użyteczności publicznej, w rozumieniu przepisów rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. z 2015r. poz. 1422);
- 5) **budynku, ogrodzeniu lub obiekcie historycznym** – należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, nie wpisane do rejestru zabytków i gminnej ewidencji zabytków powstałe przed rokiem 1945;
- 6) **budynku, ogrodzeniu lub obiekcie zabytkowym** - należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, wpisany do rejestru zabytków i gminnej ewidencji zabytków;
- 7) **dobrach kultury współczesnej, standardach, krajobrazie, krajobrazie priorytetowym, ładzie przestrzennym, obszarze przestrzeni publicznej** - należy przez to rozumieć odpowiednio dobra kultury współczesnej, standardy, krajobraz, krajobraz priorytetowy, ład przestrzenny, obszar przestrzeni publicznej w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 8) **ekspozytorze** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci nietrwale związanej z gruntem formy przestrzennej, zawierającej treści reklamowe lub informacyjne, przeznaczonej do czasowej ekspozycji/promocji, mającej na celu zaprezentowanie swojej działalności gospodarczej lub oferty reklamowej lub kulturalnej itp, w tym stelaże wystawiennicze, stoiska promocyjno-reklamowe, balony, bramy, namioty dmuchane i stelażowe, flagi itp.;
- 9) **elementach wygradzeniowych** - należy przez to rozumieć wszelkie obiekty umieszczone, w celu wygradzenia przestrzeni, np. przęsła wygradzeniowe, donice z roślinnością, żywopłot, elementy kamienne, słupki itp.;
- 10) **gablocie ekspozycyjnej** - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci oszklonej szafki, służące do wystawiania eksponatów oraz zamieszczania reklamy lub informacji, w tym City Light Poster (CLP) tj. oszklone, podświetlone urządzenie reklamowe o powierzchni do 3m<sup>2</sup> służące do zamieszczania plakatów „Eurosize” o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycyjnej 1,2x1,8m;
- 11) **identyfikacji wizualnej** – należy przez to rozumieć spójny system form wizualnych i symboli stanowiących o identyfikacji wybranej działalności, mający na celu, poprzez graficzne oznaczenie w dowolnej formie, wyróżnienie jej spośród konkurencyjnych działalności i kreowanie jej wizerunku;
- 12) **kasetonie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim reklamą, posiadające wewnętrzne źródło światła;

- 13) **kolorach jaskrawych** - należy przez to rozumieć kolory o intensywnej barwie, mocne, ostre, wyraziste, oślepiające, fluorescencyjne, które w sposób rażący wyróżniają się z otaczającej przestrzeni;
- 14) **literach przestrzennych, logo przestrzennym, logotypie przestrzennym** - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy napisu lub logo, nie posiadającej tła, stanowiącą reklamę lub nazwę własną instytucji;
- 15) **logo, logotypie** – należy przez to rozumieć odpowiednio logo, logotyp jako symbol graficzny, stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp.;
- 16) **lokalu** - należy przez to rozumieć lokal użytkowy, mieszkalny lub lokal o innym przeznaczeniu, a także pomieszczenia zlokalizowane w budynku frontowym lub oficynie;
- 17) **markizie** – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek, osłaniający okno lub witrynę sklepową mogący zawierać wkomponowane treści reklamowe;
- 18) **maszcie flagowym** - należy przez to rozumieć pionowe urządzenie reklamowe w postaci wysokiego słupa lub pionowej konstrukcji, bez wyodrębnionej podstawy mocowany w gruncie, z flagą zawierającą treści reklamowe, zlokalizowane na terenie lub bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;
- 19) **meblach miejskich** - należy przez to rozumieć formy przestrzenne stanowiące elementy wyposażenia przestrzeni dostępnych publicznie, w tym między innymi: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty przystankowe, elementy oświetlenia, separatory itp.;
- 20) **muralu reklamowym** - należy przez to rozumieć malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, niosące lub zawierające wkomponowany w malowidło przekaz reklamowy z wyłączeniem murali reklamowych powstałych do roku 1989 jako kompozycji plastycznych, bez aktualnej treści reklamowej;
- 21) **neonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzące napis o treści reklamowej lub kompozycję plastyczną zawierającą wkomponowany przekaz reklamowy z wyłączeniem neonów powstałych do roku 1989 lub ich rekonstrukcji oraz neonów stanowiących wyłącznie kompozycję plastyczną;
- 22) **obiekcie kultury** – należy przez to rozumieć budynki użyteczności publicznej, pełniące funkcje kulturalne takie jak: domy i centra kultury, biblioteki, kina, muzea, teatry, hale widowiskowe, obiekty sportowe itp.;
- 23) **obiekcie małej architektury** - należy przez to rozumieć obiekty małej architektury w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (Dz.U. z 2016 r. poz. 290);
- 24) **ogrodzeniu ażurowym** – należy przez to rozumieć ogrodzenie, w którym łączna powierzchnia otworów lub prześwitów stanowi od 60% do 80% przeszła, w zależności od obszaru Miasta wraz z cokołem na minimum 80% długości całkowitej ogrodzenia;
- 25) **ogródka gastronomicznym** – należy przez to rozumieć miejsce, przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych;
- 26) **oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld o powierzchni ekspozycyjnej czytelnej po zmierzchu dzięki zastosowaniu własnego, wewnętrznego lub zewnętrznego źródła światła;

- 27) **pasie reklamowym** – należy przez to rozumieć przestrzeń na elewacji, zamykającą się między górną krawędzią witryny lub drzwiami do lokalu, a elementem architektonicznym oddzielającym pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci np. gzymsu, podziału w wykończeniu elewacji, uskoku, a w przypadku gdy taki element nie występuje – do poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku;
- 28) **plakacie** – należy przez to rozumieć reklamę w postaci druku jednostronnego, o charakterze reklamowo-informacyjnym służącego do umieszczania w przestrzeni publicznej, umieszczonego bezpośrednio na ścianie lub przystosowanej do tego celu tablicy w tym billboard, powierzchnię słupa ogłoszeniowego lub umieszczonego w gablotach lub witrynach;
- 29) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, nie stanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej;
- 30) **przestrzeni dostępnej publicznie** – należy przez to rozumieć obszar, stanowiący szczególnie tereny placów, parków, zieleńców lub ciągów komunikacyjnych do linii zabudowy wraz z elewacjami frontowymi i szczególnie eksponowanymi elewacjami bocznymi budynków oraz elementy zagospodarowania widoczne z tej przestrzeni;
- 31) **pyłonie reklamowym** - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiącego tło dla umieszczonego na nim komponentu kilku bądź kilkunastu tablic informacyjnych o jednakowych gabarytach, o wysokości do 7 metrów, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku;
- 32) **reklamie, tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie** – należy przez to rozumieć odpowiednio reklamę, tablicę reklamową, urządzenie reklamowe, szyld w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 33) **reklamie emitującej zmienne światło oraz umożliwiającej bieżącą zmianę informacji wizualnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o elektronicznej/cyfrowej powierzchni reklamowej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego lub zmiennego komunikatu lub/i w formie ruchomych obrazów i efektów wizualnych w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, teledystrybucyjny itp. oraz reklamę audiowizualną generowaną przy pomocy urządzeń multimedialnych (typu projektor) emitujących treści reklamowe lub informacyjne w formie wyświetlanego zmiennego obrazu oraz dźwięku, w tym projektory holograficzne;
- 34) **reklamie mobilnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe lub reklamę umieszczoną na przyczepach samochodowych, lawetach, i innych konstrukcjach oraz pojazdach służących wyłącznie funkcji reklamowej w tym pojazdów z wyklejoną reklamą szybą przednią itp. oraz reklamę obnoszoną;
- 35) **reklamie naklejanej na okna budynków** – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych oraz naklejanej na powierzchni innych obiektów trwale związanych z gruntem, w tym ekranach akustycznych;

- 36) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na okresie dłuższy niż 21 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego itp. lub pod patronatem Prezydenta Miasta organizowanymi na obszarze Miasta;
- 37) **reklamie tranzytowej** – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na środkach komunikacji: autobusach, busach, tramwajach, taksówkach, samochodach oraz w ramach systemu rowerów publicznych;
- 38) **reklamie umieszczanej na rusztowaniu (reklama remontowa) w szczególności reklamowej siatce ochronnej** – należy przez to rozumieć zabezpieczenie rusztowań, montowane wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych, zawierające treści reklamowe, umieszczone na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy;
- 39) **reklamie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld, trwale lub nietrwale związane z gruntem;
- 40) **siatce reklamowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci reklamy wykonanej na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki;
- 41) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca lub opisane na innej figurze, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach, itp.;
- 42) **stojaku reklamowym typu stojak z menu** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe np. w formie konstrukcji, składającej się z gabloty na stelażu lub sztalugi malarskiej, prezentujące menu lokalu gastronomicznego, który ten stojak wystawia, w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego;
- 43) **stojaku reklamowym typu potykacz (koziołek reklamowy)** – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną powierzchnią ekspozycyjną o wymiarach nieprzekraczających 1,0x0,7m;
- 44) **Systemie Informacji Miejskiej (SIM)** - należy przez to rozumieć jednolity system informacji obejmujący tablice, znaki informacyjne i przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji ulicowej, adresowej, kierunkowej oraz turystycznej, inne niż znaki drogowe;
- 45) **Systemie RAL** – należy przez to rozumieć system oznaczania kolorów RAL Classic, opracowany przez Niemiecki Instytut Jakości i Oznaczeń RAL i publikowany w formie wzorników kolorów, na który składają się: napis „RAL” oraz cztery cyfry, z których pierwsze dwie sygnalizują przynależność koloru do umownie określonych grup odcieni (np. RAL 10xx- grupa odcieni żółtych, RAL 90xx-grupa odcieni białych i czarnych);
- 46) **tablicy kierunkowej** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału o standardowym wymiarze 0,8x1,25m, w układzie pionowym umieszczoną na słupie oświetleniowym wskazującą lokalizację działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
- 47) **totemie reklamowym** - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci wysokiego słupa lub pionowej konstrukcji, mocowanej w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, o wysokości powyżej 7m w którego górnej części umieszczone jest logo/logotyp reklamowanej działalności gospodarczej, widoczny co najmniej z dwóch kierunków lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic o jednakowych gabarytach, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym,

zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;

- 48) **uchwale** – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę;
- 49) **ustawie** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, o ile z treści przepisu nie wynika inaczej;
- 50) **witrynie** - należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia witryny oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia witryny a równoległą do niej płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeża witryny;
- 51) **wysięgniku** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe typu semafor, umieszczone prostopadle do elewacji budynku, wchodzące w przestrzeń ulicy lub podwórza;
- 52) **terenie zielonym** – należy przez to rozumieć obszary obejmujące lasy, doliny rzeczne, a także obszary cenne przyrodniczo i krajobrazowo, w tym zespoły przyrodniczo-krajobrazowe, rezerваты przyrody, użytki ekologiczne a także zwarte, urządzone kompleksy zieleni wysokiej i niskiej występujące w formie parków, skwerów, zieleńców bądź zieleni towarzyszącej zabudowie lub komunikacji.

2. Określenia użyte w niniejszej uchwale, a niezdefiniowane w ust 1, dotyczące zagadnień przewidzianych ustawą lub przepisami odrębnymi przywołanymi w treści niniejszej uchwały, należy rozumieć w sposób zgodny z ich znaczeniem przyjętym na gruncie ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, a w przypadku braku definicji - w rozumieniu powszechnym;

3. Niniejsza uchwała nie narusza w szczególności przepisów ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2014 r. poz. 1446 oraz z 2015 r. poz. 397, 774 i 1505), przepisów prawa budowlanego, przepisów ochrony przyrody oraz przepisów dotyczących ochrony przeciwpożarowej;

4. W rozumieniu niniejszej uchwały, następujące informacje i dzieła artystyczne nie są uznawane za tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

- 1) aranżacje witryn lokalizowane od wewnętrznej strony witryny lokalu użytkowego, odsunięte przynajmniej 0,1m od szyby okna witryny, o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 50% powierzchni otworu okiennego, które nie emitują światła ani obrazu o zmiennej treści;
- 2) ekspozycje zmienne prezentujące ofertę działalności, lokalizowane od wewnętrznej strony witryny lokalu użytkowego, odsunięte 0,1m od szyby okna witryny, w postaci spójnie zaprojektowanego systemu ofert z zastosowaniem jednolitego formatu tabliczek lub ramek o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 70% powierzchni otworu okiennego;
- 3) informacje o sprzedaży, wynajmie lokalu lub nieruchomości:
  - a) w przypadku lokalu użytkowego wyłącznie w formie wyklejenia informacji w witrynie zajmującego nie więcej niż 10% pojedynczego szklenia witryny, z wykluczeniem stosowania jaskrawych barw,
  - b) w przypadku budynku lub nieruchomości niezabudowanej wyłącznie w formie tablicy o wymiarach 0,8x1,25m w układzie pionowym umieszczonej na elewacji, ogrodzeniu lub na terenie nieruchomości przy wjeździe;

- 4) informacje o właścicielu lub operatorze tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o powierzchni nieprzekraczającej 0,03m<sup>2</sup>;
- 5) elementy Systemu Informacji Miejskiej sytuowane na obszarze całego miasta, zgodnie z przepisami odrębnymi, w tym elementy sytuowane w ramach szlaków promocyjno-turystycznych;
- 6) gabloty ekspozycyjne przeznaczone na cele informacyjne rad osiedli;

5. Uchwała nie reguluje zasad i warunków dla urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, sytuowanych w podwórkach (w przypadku istnienia budynku frontowego) o ile nie są one widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie oraz we wnętrzach lokali usługowych poza obszarem witryny.

## **DZIAŁ II**

### **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz szyldy**

#### **Rozdział 1**

#### **Przepisy ogólne dla całego obszaru Miasta**

§ 3. 1. Ustala się następujący podział miasta Łodzi na obszary:

- 1) **Obszar Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej** - obszar ścisłej ochrony krajobrazowej historycznego układu urbanistycznego ulicy Piotrkowskiej obejmującego ulicę Piotrkowską wraz z zabudową przylegających do niej kwartałów, plac Wolności oraz ulicę Moniuszki wpisane do rejestru zabytków i uznane za Pomnik Historii "Łódź - wielokulturowy krajobraz miasta przemysłowego";
- 2) **Obszar „I”** - obszar ochrony historycznego krajobrazu miasta industrialnego przełomu XIX i XX w. stanowiący o tożsamości miasta i jego unikalnej wartości kulturowej, obejmujący w szczególności obszary zabytkowe wpisane do rejestru zabytków i uznane za Pomnik Historii, a także kwartały historycznej tkanki urbanistycznej podlegające procesom rewitalizacji obszarowej, czyli Rdzeń Strefy Wielkomiejskiej oraz obszar Nowego Centrum Łodzi. Wprowadzone zasady mają na celu wyeliminowanie negatywnych zjawisk i elementów ograniczających lub uniemożliwiających zachowanie historycznego krajobrazu kulturowego i zapewnienie jego właściwej ekspozycji;
- 3) **Obszar „II”** - obszar obejmujący pozostałą część miasta. Przyjęte dla Obszaru "II" zasady mają na celu kompleksowe uporządkowanie tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i szyldów oraz obiektów małej architektury i ogrodzeń, z uwzględnieniem ochrony nieurbanizowanych terenów zielonych;

2. Granice obszarów, o których mowa w ust. 1 określa załącznik graficzny do niniejszych Zasad.

§ 4. 1. Dla Obszarów, o których mowa w § 3 ust. 1 uchwały określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów do zasad i warunków w niej określonych:

- 1) dla Obszaru Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej - 1 rok;
- 2) dla Obszaru „I” - 1 rok;
- 3) dla Obszaru „II” - 5 lat, z wyjątkiem banerów reklamowych, reklam emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej oraz reklam mobilnych, dla których termin dostosowania wynosi 1 rok oraz szyldów, dla których termin dostosowania wynosi 2 lata;



2. Określa się następujące warunki dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale:

- 1) dostosowanie ma nastąpić w pierwszym dniu roboczym następującym po upływie terminu określonego w ust. 1;
- 2) w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy niezwłocznie doprowadzić teren lub obiekt do stanu poprzedniego, zapewniając jego należyty stan estetyczny i techniczny.

**§ 5. 1.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) ustala się zakaz sytuowania następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
  - a) banerów reklamowych, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej,
  - b) murali reklamowych,
  - c) reklam mobilnych,
  - d) umieszczania plakatów, wlepek, naklejek, ulotek, ogłoszeń etc. poza miejscem do tego celu wyznaczonym;
- 2) zakazuje się przesłaniania elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie oraz o znaczeniu społeczno-kulturowym:
  - a) okien i witryn, z wyjątkiem dopuszczonych form szyldów i reklamy okolicznościowej,
  - b) detali architektonicznych, w szczególności gzymsów (kordonowych i koronujących), pilastrów, lizen, kolumn, płycin, frontonów, naczółków, obramień okiennych, ornamentów i innych elementów dekoracyjnych oraz otworów wentylacyjnych, światła przejazdów bramnych, z wyjątkiem szyldów równoległych do lica ściany przejazdu bramnego,
  - c) obszarów ekspozycji wskazanych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,
  - d) elementów oznakowania SIM oraz znaków drogowych,
  - e) pola widoczności kamer wizyjnych monitoringu miejskiego;
- 3) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem dopuszczonych form szyldów, na:
  - a) ogrodzeniach nieruchomości i innych elementach wygradzeniowych, balustradach balkonów i tarasów, murach i konstrukcjach oporowych, z wyjątkiem dopuszczonych form szyldów, zgodnie z przepisami szczegółowymi;
  - b) dachach budynków z wyjątkiem liter, logo i logotypów przestrzennych,
  - c) pergolach śmietnikowych,
  - d) urządzeniach infrastruktury technicznej takich jak stacje transformatorowe itp.,
  - e) toaletach miejskich i kioskach, z wyjątkiem maksymalnie jednej gabloty ekspozycyjnej, o powierzchni nie przekraczającej 3m<sup>2</sup> dla jednego obiektu,
  - f) obiektach oświaty, szkolnictwa wyższego, nauki i wychowania,

- g) terenach zielonych, w szpalerach drzew, pomnikach przyrody i pojedynczych drzewach oraz na zbiornikach wodnych i wodach płynących lub na ich tle z wyjątkiem reklamy okolicznościowej i ekspozytorów na czas trwania wystawy i imprezy plenerowej,
  - i) obiektach małej architektury z wyłączeniem wiat przystankowych;
- 4) ustala się następujące odległości minimalne dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących:
- a) 3m od krawędzi jezdni, liczone prostopadle od krawędzi jezdni z uwzględnieniem wymogów widoczności wynikających z przepisów odrębnych,
  - b) w promieniu 50 m od pomników, miejsc pamięci oraz pomników przyrody,
  - c) w promieniu 20 m od znaków drogowych, sygnalizacji świetlnej i znaków SIM umieszczonych po tej samej stronie drogi,
  - d) w promieniu 50 m od początku skrzyżowania, rozumianego jako linia zatrzymania, z wyłączeniem słupów reklamowych i gablot ekspozycyjnych;
- 5) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wolnostojące, w tym szyldy wolnostojące:
- a) powinny być realizowane w formie trwale związanej z gruntem z wyjątkiem słupów ogłoszeniowych, stojaków reklamowych typu stojak z menu, potykacz oraz ekspozytorów, dopuszczonych w przepisach szczegółowych,
  - b) lokalizacja powinna uwzględniać zagospodarowanie całości terenu i sąsiedztwa oraz nie powinna powodować kolizji ze strukturą przestrzenno-komunikacyjną;

2. Ustala się następujące standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) zasady kompozycji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- a) należy każdorazowo dostosować, zgodnie z zasadami i warunkami ustalonymi w niniejszej uchwale, do indywidualnej kompozycji architektonicznej i plastycznej danego budynku,
- b) należy umieszczać je w obrębie jednej elewacji lub witryny według jednolitych zasad, rozumianych jako stosowanie jednakowej formy, gabarytu i lokalizacji reklam z uwzględnieniem kompozycji i podziałów architektonicznych elewacji lub witryny, szczególnie osi poziomych i pionowych, w tym podziału stolarki okiennej, z zachowaniem wolnej przestrzeni otaczającej w stopniu zapewniającym ich właściwą ekspozycję,
- c) winny spełniać warunek starannego wykonania ich projektu, wysokiej jakości zastosowanych materiałów oraz wysokiego poziomu estetycznego ich wykonania i zamocowania w sposób niezagrażający bezpieczeństwu, zgodnie ze sztuką budowlaną i zasadami wiedzy technicznej oraz utrzymywania w należyтым stanie estetycznym i technicznym,
- d) winny być realizowane w odpowiedniej proporcji względem obiektu, szczególnie litery i logotypy przestrzenne, sytuowane na dachach budynków o maksymalnej wysokości konstrukcji:
  - 1/5 wysokości budynku i nie więcej niż 1m dla budynków o wysokości do 6 m,
  - 1/6 wysokości budynku i nie więcej niż 1,5 m dla budynków o wysokości do 12 m,
  - 1/8 wysokości budynku i nie więcej niż 2,5 m dla budynków o wysokości do 25 m,

- 1/10 wysokości budynku i nie więcej niż 6,0 m dla budynków o wysokości powyżej 25 m,
  - e) nie powinny przesłaniać okien pojazdów komunikacji publicznej w ramach reklamy tranzytowej,
  - f) winny być lokalizowane min. 0,5m od numeru adresowego budynku i nazwy ulicy;
- 2) ustala się następujące zasady oświetlania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
- a) reklamy emitujące zmienne światło oraz umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej dopuszcza się jedynie:
    - w terenach placów dostępnych publicznie oraz placów publicznych z ograniczeniem ich ilości do jednego urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej na każde 30 000m<sup>2</sup> i jednocześnie sytuowanych w odległości nie mniejszej niż 50m od krawędzi pasa drogowego,
    - informacje wyświetlane w obrębie pylonów, dotyczące zmiennych cen stałych produktów (niezawierające nazwy producenta),
  - b) oświetlenie lub podświetlenie pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszcza się jedynie światłem o stałym natężeniu;
- 3) dla części konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących określa się jednoliłą kolorystykę - RAL 7016 antracytowo-szary lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R,G,B R 038, G 046, B 056).

## **Rozdział 2**

### **Przepisy szczegółowe**

**§ 6. Dla Obszaru Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej** obowiązują ustalenia określone w Uchwale Nr XXI/483/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie utworzenia Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej (Dz. Urz. Woj. Łódzkiego poz. 174);

**§ 7. 1. Dla Obszaru „I”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność:

- 1) dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, wyznaczonego przez element oddzielający pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci np. gzymsu lub uskołu, a w przypadku, gdy taki element nie występuje – poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku, z wyjątkiem szyldów budynków użyteczności publicznej, zgodnie z pkt 5;
- 2) dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego dopuszcza się sytuowanie maksymalnie trzech sztuk szyldów, po jednym z każdego rodzaju, usytuowanych na jednej elewacji budynku, w miejscu w którym prowadzona jest działalność zgodnie z poniższymi zasadami sytuowania, w postaci:
  - a) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku:

- dla budynków zabytkowych i historycznych w formie liter przestrzennych, logo lub logotypu przestrzennego, zlokalizowanych nad witryną lokalu, w pasie reklamowym w osi symetrii witryny (lub witryn, jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), bez zastosowania tła w postaci tablicy, o wysokości nie większej niż 3/4 wysokości pasa reklamowego i jednocześnie nie wyższe niż 0,5m; w przypadku braku pasa reklamowego dopuszcza się lokalizację liter w świetle witryny, w górnej jej części i w osi symetrii,
  - dla pozostałych budynków w wybranej formie liter przestrzennych, logo lub logotypu przestrzennego, zlokalizowanych nad witryną lokalu, dopasowanych do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub kasetonu reklamowego o powierzchni nieprzekraczającej 1,5m<sup>2</sup>, z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowanego do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki/ślusarki witryny,
- b) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nieprzekraczającej 0,3 m<sup>2</sup> w formie tablicy wykonanej z przezroczystego lub półprzezroczystego materiału o grubości nie mniejszej niż 0,006m, montowanych do elewacji przy pomocy śrub dystansowych lub w formie tablic z metali półszlachetnych; szyld oraz zestaw szyldów powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczający ich szerokości, jeśli występuje ten rodzaj artykulacji architektonicznej; zestaw tego rodzaju szyldów różnych podmiotów musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję; ten rodzaj szyldów należy montować po obu stronach przejazdu bramnego lub na wewnętrznych ścianach przejazdu bramnego lub w pobliżu głównego wejścia do budynku,
- c) jednego szyldu prostopadłego do lica budynku w formie wysięgnika:
- dla budynków zabytkowych i historycznych, montowanego na elewacji w polu pasa reklamowego, w sąsiedztwie witryny lub przejazdu bramnego; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 0,8 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup>; dopuszcza się wyłącznie ramię mocujące wysięgnika w formie stylizowanej,
  - dla pozostałych budynków, montowanego na elewacji, w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 0,8m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3 m<sup>2</sup>,
- d) wyklejenia na szybach witryn wystawowych, okien i drzwi wejściowych do lokalu, o powierzchni nieprzekraczającej 10% powierzchni pojedynczego szklenia witryny lub wyklejenie 100% powierzchni górnej części witryny (dla budynków innych niż historyczne i zabytkowe), oddzielonej poziomym szprosem od części dolnej;
- 3) dla działalności prowadzonych poza parterem budynku frontowego dopuszcza się wyłącznie szyld zgodny z § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b umieszczony na elewacji frontowej, w prześwicie bramnym lub przy wejściu do budynku. Dopuszcza się ponadto umieszczenie liter, logo lub logotypów przestrzennych nad przejazdem bramnym budynku

frontowego dla jednego lokalu dostępnego z podwórza, przejazdu bramnego lub zlokalizowanego poza parterem budynku frontowego;

4) w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność od frontu nieruchomości, rozumianego jako jako ustalonej linii pierzei danej ulicy lub linii rozgraniczającej pas drogowy i granicę działki, dopuszcza się umieszczenie dodatkowego szyldu:

a) na ogrodzeniu nieruchomości, na elementach murowanych ogrodzenia (słupkach) lub w przypadku ich braku, na ażurowych przęsłach, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości w formie określonej w § 7 ust. 1 pkt 2 lit b; kompozycja szyldów powinna być zwarta i jednorodna oraz zajmować nie więcej niż 60% pojedynczego elementu na którym są umieszczone (słupka lub przęsła ogrodzeniowego),

b) nad wejściem lub wjazdem na teren nieruchomości (nad bramą lub furką) w formie liter, logo lub logotypów przestrzennych mocowanych w płaszczyźnie ogrodzenia,

c) jako jeden element wolnostojący, w formie pylonu o szerokości do 1,50m i wysokości do 7,0m z zastrzeżeniem, że wysokość pylonu nie będzie przekraczać wysokości zabudowy; w przypadku, gdy jeden nośnik nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarycie i lokalizacji symetrycznie względem wejścia/wjazdu na teren nieruchomości;

5) dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej 12m:

a) dopuszcza się umieszczenie po jednym, dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na elewację i jednocześnie nie więcej niż dwa na budynek, na wybranych elewacjach lub na dachu, wyłącznie w formie liter, logo lub logotypów przestrzennych zgodnie z § 5 ust 2 pkt 1 lit. d,

b) dopuszcza się umieszczanie szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących, w liczbie maksymalnie dwóch na jedną działalność gospodarczą, w formie:

- liter i logotypów przestrzennych równoległych do lica elewacji budynku umieszczonych w sposób zgrupowany i jednorodny, na ścianach szczytowych lub gładkich powierzchniach ścian, właściwych do ich ekspozycji,

- wysięgników, które należy umieszczać na elewacji wyłącznie w poziomie wejść do obiektu, w sposób jednorodny w obrębie wszystkich elewacji w formie wysięgników, zgodnie z pkt 2 lit. c;

6) dla sezonowych ogródków gastronomicznych dopuszcza się szyldy na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych w formie ograniczonej do nazwy i logo podmiotu prowadzącego działalność w ogródku lub nazw i logo, produktów oferowanych w ogródku umieszczanych wyłącznie na lambrekinach parasoli lub markiz, stanowiących zadaszenie ogródka lub na elementach wygradzeniowych i meblach, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element oraz ograniczenia ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła wygradzeniowego, donicy z roślinnością, krzesła lub stolika;

**2. Dla Obszaru „I”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldem oraz ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) dopuszcza się jedynie:

a) litery, logo i logotypy przestrzenne sytuowane na ścianie bocznej budynku wyłącznie w przypadku elewacji w dobrym stanie technicznym bez otworów okiennych i detali architektonicznych; skala elementów winna być dopasowana zgodnie z zasadą proporcji określoną w § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,

b) kasetony reklamowe:

- dla budynków zabytkowych i historycznych jako anranżację witryny, tylko w górnej części stolarki, umieszczonego symetrycznie względem osi witryny, w górnej części witryny, z zachowaniem odstepu od jej krawędzi co najmniej 10cm,
- dla pozostałych budynków, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowanego do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki i ślusarki witryny,

c) neony:

- dla budynków zabytkowych i historycznych w formie logo lub napisu, pod warunkiem montowania takiego neonu w górnej części witryny lub okna od strony wnętrza lokalu, wycofanego względem płaszczyzny witryny nie mniej niż o 0,2m, umieszczonego symetrycznie względem osi witryny, z zachowaniem odstepów nie mniejszych niż 0,1m od jej krawędzi,
- dla pozostałych budynków umieszczone równolegle do lica elewacji i zlokalizowane nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność lub umieszczone prostopadle do elewacji, w taki sposób, aby dolna krawędź neonu znajdowała się min. 2,5m ponad poziomem posadzki chodnika, a jego wymiar nie przekraczał 0,8m wysięgu (odległości od elewacji do krańca neonu) oraz o powierzchni reklamowej nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup>,

d) gabloty ekspozycyjne:

- sytuowane przy witrynie lub wejściu do lokalu,
- sytuowane na elementach murowanych ogrodzenia, a w przypadku ich braku na ażurowych przęsłach, przy wyjściu lub wjeździe na teren posesji; rozmiar gabloty ogranicza się do rozmiaru pojedynczego elementu, na którym jest umieszczona, przy czym nie może ona zajmować więcej niż 60% powierzchni danego elementu ogrodzenia,

e) reklamowe siatki ochronne sytuowane na rusztowaniach, wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją elewacji zewnętrznej na okres do 8 miesięcy; treści reklamowe umieszczone symetrycznie nie mogą zajmować więcej niż 30% powierzchni siatki ochronnej, a na pozostałej części siatki umieszczony zostanie wizerunek remontowanej elewacji; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na rusztowaniach nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym pkt,

2) w zakresie wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszcza się jedynie:

a) gabloty ekspozycyjne typu City Light Poster (CLP):

- określa się minimalne odległości pomiędzy nimi, nie mniejsze niż 30m,

- dopuszcza się zmniejszenie ww. odległości, w sytuacji gdy gabloty stanowią spójnie zaprojektowaną grupę kilku nośników, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej,
- dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu City Light Poster zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej,

b) słupy ogłoszeniowo-reklamowe:

- określa się minimalne odległości pomiędzy nimi, nie mniejsze niż 50 m,
- wysokość do 3,5 m i szerokości lub średnicy do 1,5 m, na wysokości części ekspozycyjnej,
- dopuszcza się wyłącznie słupy o jednorodnej formie - kolor czapy i cokołu: RAL 7016 antracytowo-szary lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R,G,B R 038, G 046, B 056),

c) ekspozytory dopuszcza się jedynie funkcjonowanie z przeznaczeniem do czasowej ekspozycji wyłącznie w czasie trwania imprezy, wystawy lub wydarzenia kulturalnego, a w przypadku stoisk promocyjno-reklamowych działalności gospodarczej, jednorazowy czas użytkowania nie będzie przekraczać 2 tygodni, a przerwa pomiędzy ekspozycjami wynosić będzie min. 2 tygodnie,

d) maszty flagowe:

- nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych na nieruchomości na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w taki sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich,
- dopuszcza się maszty o maksymalnej wysokości do 8 m,
- dopuszcza się lokalizowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie trzy maszty, w granicach jednej nieruchomości,

e) stojaki reklamowe typu stojaki z menu prezentujące ofertę lokalu gastronomicznego, wyłącznie w czasie otwarcia lokalu. Dla każdego lokalu dopuszcza się jeden stojak z menu;

**§ 8. 1. Dla Obszaru „II”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność:

- 1) na budynkach zabytkowych i historycznych, obowiązują zasady i warunki sytuowania szyldów zgodnie z § 7 ust. 1;
- 2) dla pozostałych budynków obowiązują zasady i warunki sytuowania szyldów zgodnie z pkt 3-8;
- 3) dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacji budynku jedynie w poziomie kondygnacji, na której znajduje się zewnętrzne wejście do lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza z wyjątkiem szyldów budynków użyteczności publicznej, zgodnie z pkt 5 niniejszego ustępu;
- 4) dla każdej działalności prowadzonej w budynku i posiadającej zewnętrzne wejście do lokalu dopuszcza się sytuowanie maksymalnie trzech sztuk szyldów, po jednym z każdego rodzaju, usytuowanych na jednej elewacji, w miejscu, w którym prowadzona jest działalność, w granicach nieruchomości lub bezpośrednio przy wjeździe na teren nieruchomości, zgodnie z poniższymi zasadami sytuowania, w postaci:

- a) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nie większej niż  $3,0\text{m}^2$  w wybranej formie:
- liter przestrzennych, logo lub logotypu przestrzennego zlokalizowanych nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność,
  - kasetonu reklamowego, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, w którym prowadzona jest działalność,
  - tablicy wykonanej z trwałego i sztywnego materiału, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, w którym prowadzona jest działalność,
- b) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nieprzekraczającej  $0,3\text{ m}^2$  w formie tablicy wykonanej z przezroczystego lub półprzezroczystego materiału, o grubości nie mniejszej niż  $0,006\text{ m}$ , montowanych do elewacji przy pomocy śrub dystansowych lub w formie tablic z metali półszlachetnych; zespół takich szyldów powinien być komponowany w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję; szyldy należy montować po obu stronach przejazdu bramnego lub na wewnętrznych ścianach bocznych przejazdu bramnego lub w pobliżu głównego wejścia do budynku,
- c) jednego szyldu prostopadłego do lica budynku w formie wysięgnika, montowanego na elewacji w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min.  $2,5\text{m}$  ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały  $1,0\text{m}$  wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika z semaforem) oraz powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej  $0,5\text{ m}^2$ ,
- d) wyklejenie o treściach informacyjnych lub reklamowych na szybach witryn wystawowych, okien i drzwi wejściowych do lokalu, o powierzchni nieprzekraczającej  $30\%$  powierzchni pojedynczego szklenia witryny, umieszczanych symetrycznie z zachowaniem spójnej kompozycji w obrębie witryny lub witryn lub wyklejenie  $100\%$  powierzchni górnej części witryny, oddzielonej szprosem poziomym od jej dolnej części,
- e) jeden element wolnostojący w formie kompleksowo zaprojektowanego systemu szyldów, pylonu lub totemu:
- ustala się maksymalną wysokość pylonu  $7,0\text{ m}$  i szerokość do  $2,5\text{ m}$ ; ustala się minimalne odległości pomiędzy nośnikami  $50\text{ m}$  i nie więcej niż jeden przy każdym wjeździe na teren nieruchomości; w szczególnym przypadku, gdy jeden nośnik nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości dopuszcza umieszczenie drugiego pylonu o analogicznej formie, gabarycie i lokalizacji (symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości) lub jeden element wolnostojący w formie kompleksowo zaprojektowanego systemu szyldów, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości; dopuszcza się wyłącznie szyldy zaprojektowane w sposób kompleksowy, tworzące zwartą, jednorodną kompozycję. Dopuszcza się powierzchnię pojedynczego szyldu nie większą niż  $0,5\text{ m}^2$ .
  - ustala się maksymalną wysokość totemu  $20\text{ m}$ ; wysokość i forma totemu oraz jego lokalizacja winna być przewidziana w projekcie zagospodarowania terenu z uwzględnieniem charakteru i skali projektowanego obiektu budowlanego i jego otoczenia; ustala się minimalne odległości pomiędzy nośnikami  $120\text{ m}$  i nie więcej niż jeden przy każdym wjeździe na teren nieruchomości;



- 5) dla działalności prowadzonych w budynku, nieposiadających zewnętrznego wejścia do lokalu, w którym prowadzona jest działalność dopuszcza się wyłącznie szyld zgodny z § 8 ust. 1 pkt 3 lit. b umieszczony na elewacji frontowej, w prześwicie bramnym lub przy wejściu do budynku; dopuszcza się ponadto umieszczenie liter, logo lub logotypów przestrzennych nad przejazdem bramnym dla jednego lokalu nieposiadającego zewnętrznego wejścia do lokalu;
- 6) w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność od frontu nieruchomości, rozumianej jako ustalonej linii pierzei danej ulicy lub linii rozgraniczającej pas drogowy i granicę działki, dopuszcza się umieszczenie dodatkowego szyldu:
- a) na ogrodzeniu nieruchomości, na elementach murowanych ogrodzenia (słupkach) lub w przypadku ich braku, na przęsłach, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości w formie określonej w § 8 ust. 1 pkt 3 lit. b; dopuszcza się wyłącznie szyldy zaprojektowane w sposób kompleksowy, tworzące zwartą, jednorodną kompozycję, przy czym nośniki te nie mogą zajmować więcej niż 80% pojedynczego elementu (słupka, przęsła ogrodzeniowego), na którym są umieszczone; dopuszcza się powierzchnię pojedynczego szyldu nieprzekraczającą 0,5 m<sup>2</sup>,
  - b) dopuszcza się ponadto umieszczenie szyldu w formie liter przestrzennych, mocowanych w płaszczyźnie ogrodzenia, nad wejściem lub wjazdem na teren nieruchomości (nad bramą lub furtką);
- 7) dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej 12 m:
- a) dopuszcza się umieszczenie po jednym, dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na elewację i jednocześnie nie więcej niż dwa na budynek, na wybranych elewacjach lub na dachu, wyłącznie w formie liter, logo lub logotypów przestrzennych zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,
  - b) dopuszcza się umieszczanie szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących w formie:
    - liter i logotypów przestrzennych lub kasetonów równoległych do lica elewacji budynku umieszczonych w sposób zgrupowany i jednorodny, na ścianach szczytowych lub gładkich powierzchniach ścian, właściwych do ich ekspozycji,
    - wysięgniki, które należy umieszczać na elewacji wyłącznie w poziomie wejść do obiektu, w sposób jednorodny w obrębie wszystkich elewacji w formie wysięgników, zgodnie z pkt 3 lit c niniejszego ustępu;
- 8) Dla sezonowych ogródków gastronomicznych dopuszcza się szyldy na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych w formie ograniczonej do nazwy i logo podmiotu prowadzącego działalność w ogródku lub nazw i logo, produktów oferowanych w ogródku umieszczanych wyłącznie na lambrekinach parasoli lub markiz, stanowiących zadaszenie ogródka lub na elementach wygradzeniowych i meblach, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element oraz ograniczenia ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła wygradzeniowego, donicy z roślinnością, krzesła lub stolika;

**2. Dla Obszaru "II"** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych oraz ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach (przy czym na budynkach zabytkowych i historycznych, obowiązują zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, zgodnie z § 7 ust. 2 pkt 1 i 2), a dla pozostałych budynków, dopuszcza się jedynie:

a) billboardy o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18m<sup>2</sup> i jednocześnie zajmujący nie więcej niż 1/4 ogólnej powierzchni ściany szczytowej, bez otworów okiennych i detali architektonicznych, w należyłym stanie estetycznym i technicznym; w przypadku montażu więcej niż jednego nośnika w obrębie jednej ściany, dopuszcza się wyłącznie jeden wybrany format, z zachowaniem spójnej kompozycji wszystkich nośników w obrębie ściany, ze szczególnym uwzględnieniem osi pionowych i poziomych; dopuszcza się jednocześnie nie więcej niż dwa billboardy tego samego formatu.

b) siatki reklamowe:

- nieprzekraczające 1/4 powierzchni ściany bocznej bez otworów okiennych i detali architektonicznych, z zachowaniem poniższych warunków:

- - zachowania maksymalnego okresu ekspozycji do maksymalnie 18 miesięcy,

- - zachowania odstępów krawędzi reklamy od krawędzi obrysu ściany budynku – 0,5m dla reklam o powierzchni powyżej 100 m<sup>2</sup> i 0,25 m dla reklam mniejszych,

c) reklamowe siatki ochronne umieszczane na rusztowaniach, wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych związanych z remontem lub konserwacją elewacji zewnętrznej, na okres maksymalnie do 8 miesięcy; treści reklamowe umieszczone symetrycznie nie mogą zajmować więcej niż 60% powierzchni siatki ochronnej, a na pozostałej części siatki umieszczony zostanie wizerunek remontowanej elewacji; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na rusztowaniach nie wcześniej niż po upływie 5 lat liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym pkt,

d) tablice wykonane z trwałego i sztywnego materiału nad witryną lub w górnej części witryny, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów ślusarki i stolarki witryny,

e) kasetony reklamowe zlokalizowane nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki i ślusarki witryny,

f) gabloty ekspozycyjne w tym typu City Light Poster (CLP) o powierzchni nie przekraczające 3,0m<sup>2</sup> umieszczane przy witrynie lub wejściu do lokalu lub na ogrodzeniu, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia; wielkość oraz forma i wygląd gabloty powinny zostać dostosowane do kompozycji oraz charakteru elewacji danego budynku,

g) reklamy naklejane na powierzchnię okien i drzwi wejściowych do lokalu o powierzchni nieprzekraczającej 30% powierzchni pojedynczego szklenia witryny, umieszczanych centralnie, w dolnej lub w górnej części witryny lub 100% powierzchni górnej części witryny, oddzielonej szprosem poziomym od jej dolnej części,

h) litery, logo i logotypy przestrzenne:

- sytuowane na elewacji frontowej – do poziomu parteru, w formie dopasowanej do istniejących podziałów architektonicznych o wysokości 3/4 powierzchni, wpisującej się pomiędzy górną linię ościeży otworów okiennych lub drzwiowych a gzyms, jeżeli taki występuje i jednocześnie nie więcej niż 0,5 m,

- sytuowane na ścianie bocznej budynku wyłącznie w przypadku elewacji w dobrym stanie technicznym bez licznych otworów okiennych i detali architektonicznych; skala elementów winna być dopasowana do skali i proporcji ściany zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit.d, a także istniejących elementów jej zagospodarowania,
  - sytuowane na dachach budynków w płaszczyźnie elewacji tych budynków, o maksymalnej, całkowitej wysokości konstrukcji zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit.d,
- i) wysięgniki umieszczane na elewacji, w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 1,0m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika z semaforem) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5 m<sup>2</sup>,
- j) neony sytuowane równoległe do lica elewacji, zlokalizowane nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność, umieszczone prostopadle lub równoległe do elewacji, w taki sposób, aby dolna krawędź neonu znajdowała się min. 2,5m ponad poziomem posadzki chodnika, a jego wymiar nie przekraczał 1,0m wysięgu (odległości od elewacji do krańca neonu) oraz powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3m<sup>2</sup>;
- 2) w zakresie wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe sytuowane w odległości nie przekraczającej 50m od istniejącej zabudowy, po tej samej stronie drogi, w postaci:
- a) gabloty ekspozycyjne typu City Light Poster (CLP):
- określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami wolnostojącymi nie mniejsze niż 30m,
  - dopuszcza się ponadto gabloty typu City Light Poster zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania od strony najazdowej wiaty, bez określenia odległości pomiędzy nimi,
- b) słupy ogłoszeniowo-reklamowe:
- określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami, nie mniejsze niż 50 m,
  - dopuszcza się nośniki o wysokości do 3,5m i szerokości lub średnicy do 1,5 m, na wysokości części ekspozycyjnej,
  - dopuszcza się wyłącznie słupy o jednorodnej formie - kolor czapy i cokołu: RAL 7016 antracytowo-szary lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R,G,B R 038, G 046, B 056),
- c) ekspozytory dopuszcza się funkcjonowanie ekspozytorów przeznaczonych do czasowej ekspozycji wyłącznie w czasie trwania imprezy, wystawy lub wydarzenia kulturalnego, a w przypadku stoisk promocyjno-reklamowych działalności gospodarczej, jednorazowy czas użytkowania nie będzie przekraczać 2 tygodni, a przerwa pomiędzy ekspozycjami wynosić będzie min. 2 tygodnie,
- d) maszty flagowe o maksymalnej wysokości do 12m.; dopuszcza się lokalizowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów liczącej maksymalnie od trzech do dziewięciu masztów w granicach jednej nieruchomości; maszty winny być skomponowane właściwie z całością zagospodarowania terenu tj. w sposób uporządkowany, z zachowaniem osi kompozycyjnych,

- e) stojaki reklamowe typu potykacze (koziółki reklamowe) wykonane z trwałych i estetycznych materiałów, wyłącznie w czasie funkcjonowania lokalu; dla każdego lokalu dopuszczalny jest jeden stojak reklamowy,
- f) stojaki reklamowe typu stojaki z menu prezentujące ofertę lokalu gastronomicznego, wyłącznie w czasie otwarcia lokalu; dla każdego lokalu gastronomicznego dopuszcza się jeden stojak z menu,
- g) billboardy:
  - o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18m<sup>2</sup>, o wysokości całkowitej 8m, z orierancją 0,5 m z zastrzeżeniem, że dolna, pozioma krawędź billboardu nie może znajdować się niżej niż 4,5m od poziomu terenu,
  - określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami nie mniejsze niż 75m,
- h) totemy zgodnie z § 8 ust. 1 pkt 3 lit e tiret drugie,
- i) tablice kierunkowe montowane na słupach oświetleniowych z wyłączeniem:
  - słupów oświetleniowych, które zajęte są już przez znaki drogowe lub inną tablicę kierunkową,
  - zastosowania na tablicy elementów wskazujących jednoznacznie kierunek i odległość, w sposób mogący naśladować znaki drogowe i grafikę znaków drogowych,
  - dopuszcza się nie więcej niż cztery tablice kierunkowe dla jednego podmiotu gospodarczego,
  - dopuszcza się szeregowo umieszczenie takiej samej tablicy kierunkowej jednego podmiotu gospodarczego na trzech kolejnych słupach oświetleniowych, pod warunkiem spełnienia ww. warunków.

**DZIAŁ III**  
**Ogrodzenia i obiekty małej architektury**  
**Rozdział 1**  
**Przepisy ogólne dla całego obszaru Miasta**

**§ 9.** 1. Wyróżnia się Strefę Wielkomiejską, której granica określa dwa obszary regulacji (tj. w granicach Strefy Wielkomiejskiej oraz poza granicami Strefy Wielkomiejskiej).

2. Obszary, o których mowa w ust. 1 określa załącznik graficzny do niniejszych Zasad.

**§ 10.** 1. Dla Obszarów, o których mowa w 9 ust. 1 Zasad określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały obiektów małej architektury oraz ogrodzeń do zakazów, zasad i warunków w niej określonych:

1) dla Strefy Wielkomiejskiej - 5 lat;

2) dla pozostałego obszaru miasta - 10 lat.

2. Obszar rezerwatu przyrody Polesie Konstantynowskie zwalnia się z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale, istniejącego w dniu wejście w życie niniejszej uchwały ogrodzenia;

**§ 11.** 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń jedynie w liniach rozgraniczających tereny, w linii pierzei, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia jedynie

w przypadku konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikających z przepisów odrębnych;

- 2) zakazuje się grodzenia otwartych terenów zielonych w szczególności lasów, rezerwatów przyrody, pól, nieużytków zielonych, dolin rzecznych, oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo np. w granicach zespołów przyrodniczo-krajobrazowych, w strefach ścisłej ochrony i regulacji hydrologicznej chyba, że wynika to z przepisów odrębnych.

2. ustala się następujące zasady i warunki dla standardów jakościowych ogrodzeń:

- 1) należy zachować istniejące ogrodzenia zabytkowe i historyczne, z dopuszczeniem ich odtworzenia;
- 2) należy stosować jednolitą kolorystykę na całej długości ogrodzenia z zastosowaniem maksimum trzech barw;

3. ustala się następujące zasady i warunki dotyczące materiałów ogrodzeń:

- 1) zakazuje się stosowania dla ogrodzeń stałych poniższych materiałów:
  - a) prefabrykatów betonowych,
  - b) blach ocynkowanych, falistych, trapezowych etc.,
  - c) tworzyw sztucznych np. siding, płyty poliwęglanowe, pleksiglas etc,
  - d) innych materiałów substandardowych takich jak: banery reklamowe, plandeki, remontowe siatki ochronne, europalety, materiały rozbiórkowe etc,
  - e) elementów mogących zagrażać bezpieczeństwu np. drutu kolczastego etc. chyba, że wynika to z przepisów odrębnych;
- 2) dla tymczasowego wygrodzenia placu budowy wyłącznie na czas prowadzenia budowy dopuszcza się ogrodzenia z zastosowaniem:
  - a) blach ocynkowanych, falistych, trapezowych,
  - b) typowych siatek ogrodzeniowych i paneli lub siatek zgrzewanych,
  - c) plakatów ze sztywnego materiału, informujących o inwestycji budowlanej, realizowanej na danym terenie, dopasowanych do pojedynczego przęsła ogrodzenia.

**§ 12.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:, zwanych dalej obiektami:

- 1) obiekty należy sytuować w sposób nie kolidujący z funkcjami i sposobem zagospodarowania przestrzeni;
- 2) obiekty należy sytuować w sposób zapewniający bezpieczeństwo użytkowania i nieograniczony dostęp dla osób niepełnosprawnych, zachowując min. 1,5 m swobonego przejścia;
- 3) należy zachować spójność stylistyczną obiektów w ramach obszaru na którym występują;
- 4) nie wymagają dostosowania do zasad i warunków niniejszej uchwały obiekty inne niż meble miejskie i pergole śmietnikowe.
- 5) należy stosować następująca kolorystykę mebli miejskich:

- a) elementy metalowe dopuszcza się jedynie w kolorystyce antracytowo-szarej RAL 7016 lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R, G, B R 038, G 046, B 056) z wyłączeniem obiektów o charakterze artystycznym oraz placów zabaw,
- b) pozostałe elementy w kolorach naturalnych materiałów.

## **Rozdział 2**

### **Przepisy szczegółowe**

**§ 13. 1.** Ustala się następujące zasady i warunki dla ogrodzeń w Strefie Wielkowiejskiej, dotyczące:

- 1) sytuowania - należy zachować ciągłość ogrodzenia na całej długości z wyjątkiem stref wjazdowych (bramy i przejścia pieszego, jeśli występuje);
- 2) gabarytów - wysokość maksymalna powinna wynosić 2,8 m przy czym każdorazowo wysokość ogrodzenia musi zostać dopasowana indywidualnie do istniejących cech i warunków terenu lub budynku;
- 3) standardów jakościowych:
  - a) ogrodzenia pełne w formie murowanej dopuszcza się jedynie na odcinku lub odcinkach łącznie do 40% długości ogrodzenia;
  - b) łączna powierzchnia otworów i prześwitów powinna stanowić przedział 50-80% powierzchni przęsła;
  - c) należy akcentować rytm przęseł na całej długości ogrodzenia;
  - d) należy stosować kolorystykę malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń odpowiadającej w systemie RAL barwie 7016 antracytowo-szary lub w systemie RAL czarny np. 9004, 9005, 9011 lub odpowiadające im odcienie z kart kolorów danego producenta;
- 4) materiałów:
  - a) zakazuje się następujących materiałów o niskim standardzie:
    - typowych siatek ogrodzeniowych i paneli/siatek zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego wyгородzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy oraz obiektów sportowych np. boisk,
    - drewna i innych materiałów użytych w formie nawiązującej do stylistyki regionalizmu jak słoma, wiklina etc.,
    - sztucznego kamienia elewacyjnego,
    - tynków mozaikowych, gruboziarnistych tynków strukturalnych typu „kornik” etc;
  - b) elementy murowane dopuszcza się w formie wykończonej:
    - tynkiem zatartym na gładko,
    - cegłą,
    - kamieniem.

2. Poza Strefą Wielkowiejską dopuszcza się ogrodzenia pełne, murowane jedynie w przypadku konieczności uniknięcia kolizji, wynikających z uciążliwości funkcji np. w zakresie hałasu, wibracji, zanieczyszczenia powietrza, zanieczyszczenia odpadami, oddziaływania komunikacji lub w przypadku konieczności zapewnienia bariery bezpieczeństwa dla ludzi lub zwierząt.

**§ 14. 1.** Ustala się następujące zasady i warunki dla obiektów małej architektury w Strefie Wielkowiejskiej:

- 1) ustala się obowiązek zachowania istniejących zabytkowych i historycznych obiektów małej architektury;
- 2) dopuszcza się wyłącznie jako formy ujednoczone stylistycznie i kolorystycznie oraz wykonane w stylistyce nawiązującej do dziedzictwa historycznej architektury Łodzi;
- 3) dopuszcza się obiekty małej architektury wykonane z zastosowaniem jednolitych rozwiązań w zakresie materiałów z jakich są wykonane takich jak metal np. stal lub żeliwo z wykluczeniem stosowania, tworzyw sztucznych, kamienia sztucznego oraz innych materiałów substandardowych;
- 4) pergole śmietnikowe należy sytuować zgodnie z poniższymi zasadami:
  - a) pergole śmietnikowe towarzyszące budynkom, ogrodzeniom lub obiektom zabytkowym i historycznym wyłącznie w formie i kolorystyce nawiązującej do historycznej zabudowy nieruchomości, wykonanych z zastosowaniem filarów murowanych gładkich lub boniowanych oraz ażurowych przęseł stalowych lub kutych o łącznej powierzchni otworów i prześwitów stanowiącej nie mniej niż 60-80% powierzchni przęsła,
  - b) pergole śmietnikowe towarzyszące pozostałym budynkom, ogrodzeniom lub obiektom:
    - w formie współczesnej, wykonanej w lekkiej konstrukcji stalowej z przęsłami ażurowymi, z przykładowym wypełnieniem ścian pergoli wykonanych z ażurowych siatek stalowych typu "mesh", ażurowych, perforowanych stalowych siatek cięto-ciągnionych, lameli metalowych w układzie poziomym lub blach je imitujących typu T-7,
    - w formie murowanych obiektów, gdy wszystkie istniejące obiekty na obszarze danego zespołu budynków, kwartału lub osiedla są murowane, a nowy obiekt stanowi kontynuację istniejącego wzoru.

2. Ustala się następujące zasady i warunki dla obiektów małej architektury poza Strefą Wielkowiejską:

- 1) dopuszcza się wyłącznie formy ujednoczone stylistycznie i kolorystycznie oraz wykonane w stylistyce współczesnej z trwałych materiałów z wykluczeniem stosowania tworzyw sztucznych oraz innych materiałów substandardowych;
- 2) pergole śmietnikowe należy sytuować zgodnie z poniższymi zasadami:
  - a) pergole śmietnikowe towarzyszące budynkom, ogrodzeniom lub obiektom zabytkowym i historycznym wyłącznie w formie i kolorystyce nawiązującej do historycznej zabudowy nieruchomości, wykonanych z zastosowaniem filarów murowanych gładkich lub boniowanych oraz ażurowych przęseł stalowych lub kutych o łącznej powierzchni otworów i prześwitów stanowiącej nie mniej niż 60-80% powierzchni przęsła,
  - b) pergole śmietnikowe towarzyszące pozostałym budynkom, ogrodzeniom lub obiektom:

- w formie współczesnej, wykonanej w lekkiej konstrukcji stalowej z przęsłami ażurowymi, z przykładowym wypełnieniem ścian pergoli wykonanych z ażurowych siatek stalowych typu "mesh", ażurowych, perforowanych stalowych siatek cięto-ciągnionych, lameli metalowych w układzie poziomym lub blach je imitujących typu T-7,
- w formie murowanych obiektów, gdy wszystkie istniejące obiekty na obszarze danego zespołu budynków, kwartału lub osiedla są murowane, a nowy obiekt stanowi kontynuację istniejącego wzoru,



## UZASADNIENIE

U podstaw niniejszego dokumentu leży dążenie do zachowania i kształtowania ładu przestrzennego na obszarze Miasta poprzez opracowanie zasad prawa miejscowego dla obszaru Miasta Łodzi, w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam, szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz obiektów małej architektury i ogrodzeń, jako ważnego czynnika służącego uporządkowaniu form reklamowych i powstrzymanie ich chaotycznego napływu w przestrzeni publicznej, a nie ich likwidacji jako takich.

Podstawą przyjęcia tych zasad jest Uchwała Nr XVI/373/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 września 2015 r., w sprawie przygotowania przez Prezydenta Miasta Łodzi projektu uchwały Rady Miejskiej w Łodzi w sprawie „zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”, poparta przekonaniem o korzyściach płynących z przyjęcia niniejszej uchwały, jako instrumentu polityki przestrzennej, umożliwiającego zachowanie ładu przestrzennego, ochronę krajobrazu kulturowego i tożsamości Miasta, a także poprawę jego wizerunku.

Niniejsza uchwała pozwoli na skuteczną poprawę estetyki przestrzeni publicznych, a także będzie wsparciem w procesie rewitalizacji zdegradowanej tkanki miejskiej. Jednocześnie wpisując się w politykę przestrzenną Miasta zdefiniowaną w Strategii Przestrzennego Rozwoju Łodzi 2020+, a także jako rozwinięcie wynikającego z niej Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+, pozwoli przeciwdziałać negatywnym zjawiskom degradacji przestrzeni Miasta, w tym szczególnie niekontrolowanej ekspansji reklamy zewnętrznej w krajobrazie miejskim. Szyldy, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, obiekty małej architektury oraz ogrodzenia winny być projektowane w poszanowaniu otoczenia i układu urbanistycznego oraz w harmonii z architekturą, w którą zostają wkomponowane.

Tak pojęte i konsekwentnie realizowane działania, przyczynią się w sposób zauważalny do poprawy jakości przestrzeni publicznej, stanowiącej dobro wspólne oraz do skutecznej ochrony dziedzictwa kulturowego, służąc celowi wzmocnienia aktywności, poczucia tożsamości i przynależności jej użytkowników, a także ogólnej lepszej jakości życia mieszkańców.