

PRZEWODNIK

PO PROJEKCIE UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ
w mieście Bochnia



Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

SPIS TREŚCI

3	WSTĘP - UCHWAŁA RADY MIASTA BOCHNIA
6	MAPA MIASTA Z PODZIAŁEM NA OBSZARY
7	PRZEPISY OGÓLNE
8	SŁOWNIK POJĘĆ
18	RYS. 1 - ZASADY ROZMIESZCZENIA REKLAM W WYZNACZONYCH PASACH NA ELEWACJACH
18	RYS. 2 - ZASADY ROZMIESZCZENIA REKLAM W WYZNACZONYCH PASACH NA ELEWACJACH NA WYBRANYM PRZYKŁADZIE UL. KAZIMIERZA WIELKIEGO
21	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH, ICH GABARYTY, STANDARDY JAKOŚCIOWE ORAZ RODZAJE MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE
21	USTALENIA WSPÓLNE DLA OBSZARÓW 1, 2, 3, 4, 4A
23	OBSZAR 1
26	OBSZAR 2
29	OBSZAR 3
32	OBSZAR 4
34	OBSZAR 4A
36	OBSZAR 5
37	RYS. 3 - ANALIZA ISTNIEJĄCYCH NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH PRZY UL. KAZIMIERZA WIELKIEGO
38	RYS. 4 - ZMIANA WIZERUNKU ELEWACJI PO UJEDNOLICENIU SZYLDÓW
39	RYS. 5 - ZASADA KOMPOZYCJI NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH NA PRZESTRZENI PARTERU
40	SUGEROWANA KOLORYSTYKA
41	PRZYKŁADOWE WIZUALIZACJE
43	PRZYKŁADY NIEDOZWOLONEJ FORMY REKLAMY
49	PRZEPISY KOŃCOWE



UCHWAŁA Nr..... RADY MIASTA BOCHNIA z dnia

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

Na podstawie art. 37a ust.1 ustawy z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2017 r., poz.1073 z późn. zm.) oraz uchwały Rady Miasta Bochnia nr XXXVI/334/17 z dnia 07 września 2017 roku, w sprawie przygotowania przez Burmistrza Miasta projektu uchwały 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.



Rada Miasta Bochnia uchwała, co następuje:

§1. Ustala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane, na terenie Gminy Miasta Bochnia w brzmieniu niniejszej uchwały.

§2. Przepisy niniejszej uchwały obowiązują w granicach ewidencyjnych Gminy Miasta Bochnia z wyłączeniem terenów zamkniętych.

§3. W celu określenia 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 dzieli się Miasto Bochnia na następujące obszary, oznaczone na załączniku graficznym nr 1, podlegające zróżnicowanym regulacjom:

1) Obszar 1 – strefa ekspozycji krajobrazu kulturowego obejmująca:

- a) Stare Miasto - w tym zabytkowy układ urbanistyczny, wpisany do rejestru zabytków po numerem A-244 decyzją z dnia 12.05.1983 r.;
- b) obszar dawnej żupy solnej, wpisany do rejestru zabytków po numerem A-218 decyzją z dnia 31.05.1980 r.;
- c) park salinarny, wpisany do rejestru zabytków pod numerem A-247 decyzją z dnia 31.05.1980 r.;
- d) cmentarz komunalny przy ul. Orackiej, wpisany do rejestru zabytków pod numerem A-217 decyzją z dnia 30.05.1980 r.;
- e) cmentarz żydowski przy ul. Dębca, wpisany do rejestru zabytków pod numerem A-326 decyzją z dnia 13.12.1989 r.
- f) zabytkowa część ul. Krakowskie Przedmieście;
- g) zabytkowa część układu ruralistycznego dawnej wsi Chodenice przy ul. Wąwóz;
- h) szyb TRINITATIS Kopalni Soli Bochnia wraz z otoczeniem i fragmentem Potoku Chodenickiego;
- i) zespół kolonii górniczej TRINITATIS;
- j) zespół kolonii górniczej w Gorzkowie; k) zabytkowa część układu ruralistycznego dawnej wsi Kurów przy ul. Kurów, Bujaka, Dąbrówki;
- l) przysiółek Ryczywół przy ul. Krzeczowskiej;
- m) przysiółek Smyków wraz z wnętrzem pastwiska gromadzkiego;
- n) cmentarze komunalne im. Św Rozalii oraz przy ul. Kręczków;

2) Obszar 2 – strefa ekspozycji krajobrazu lokalnego, obejmująca:

a) tereny śródmiejskie, położone pomiędzy drogą krajową nr 94, ul. Brzeską, Poniatowskiego, Solidarności, Ofiar Katynia, Rotmistrza Pileckiego, Armii Krajowej i Brodzińskiego;

b) tereny zabudowy w obrębie Łychowa, Kurowa, Dołuszyc, Kolanowa, Chodenic, osiedla Proszowskiego, Karolina – Krzczowska;

3) Obszar 3 – strefa komunikacji, obejmująca:

a) tereny ekspozycji widokowej wzdłuż głównych traktów komunikacyjnych miasta w tym: ul. Brzeskiej, Kazimierza Wielkiego, Brodzińskiego, Wiśnickiej, Brzeźnickiej, Krzyżaki, Rotmistrza Witolda Pileckiego, Ofiar Katynia, Solidarności, Poniatowskiego, Karosek, Chodenickiej, Proszowskiej, Wygoda, Krzczowskiej, Krzyżanowickiej, węzła autostradowego A4, drogi krajowej nr 94;

4) Obszar 4 – strefa przemysłowa, obejmująca:

a) tereny zabudowane lub przeznaczone pod zabudowę obiektami o funkcji usługowo – przemysłowej i produkcyjnej zlokalizowane w rejonie ulic: Partyzantów, Składowej, Wodociągowej, Gazowej, Łany, częściowo Na Buczków, Na Kąty, Majora Bacy oraz Hutniczej i Wygoda;

5) Obszar 4a – strefa BSAG, obejmująca:

a) tereny Bocheńskiej Strefy Aktywności Gospodarczej oraz jej bezpośredniego otoczenia;

6) Obszar 5 – strefa ekspozycji krajobrazu przyrodniczego

a) tereny lasów, zieleni urządzonej w tym Park Rodzinny Uzbornia, zieleni nieurządzonej, rejon dawnej kolejki wąskotorowej, rejon rzeki Raby i jej starorzecza, częściowo rzeki Babicy, Potoku Gróbka, Potoku Krzczowskiego, Potoku Chodenickiego.

§4. Integralną częścią niniejszej uchwały są:









1. Załącznik nr 1, graficzny – mapa w skali 1: 10 000 z oznaczeniem obszarów 1 – 5;
2. Załącznik nr 2, zestawienie uwag nieuwzględnionych do projektu przedmiotowej uchwały



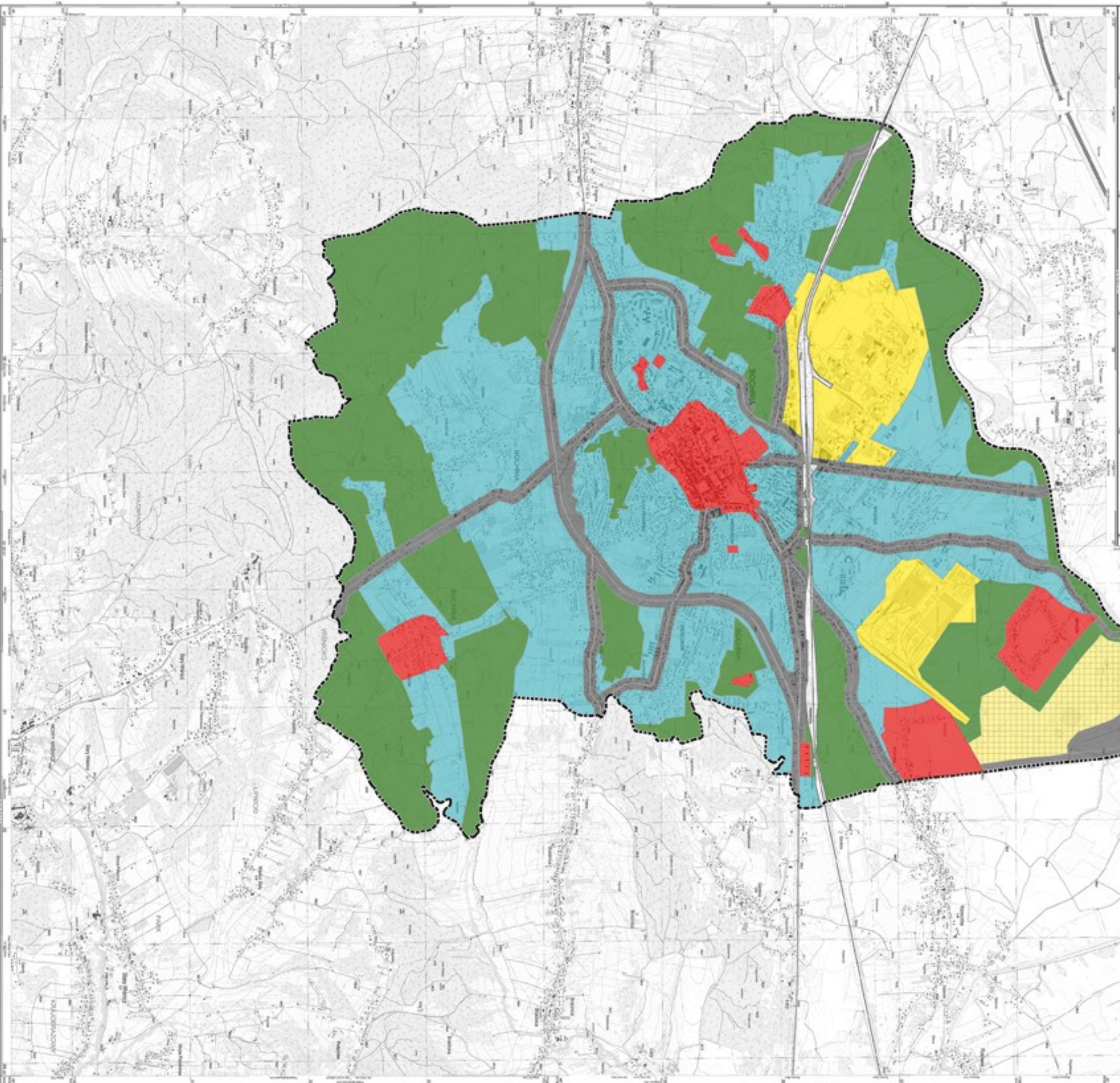
ZALĄCZNIK NR 1 DO PROJEKTU UCHWAŁY NR RADY MIASTA BOCHNIA
Z DNIA

W SPRAWIE ZASAD I WYRUKÓW STYLIZOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEN REKLAMOWYCH ORAZ OGRÓDZENI, ICH GABARYTÓW, STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH ORAZ RODZAJÓW MATERIAŁÓW Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE NA TERENIE GMINY MIASTA BOCHNIA

LEGENDA:

	GRANICA MIASTA
	Obszar nr 1 - Strefa ekspozycji krajobrazu kulturowego
	Obszar nr 2 - Strefa ekspozycji krajobrazu lokalnego
	Obszar nr 3 - Strefa komunikacji
	Obszar nr 4 - Strefa przemysłowa
	Obszar nr 4a - Strefa BSAG
	Obszar nr 5 - Strefa ekspozycji krajobrazu przyrodniczego
	Tereny zamieszkałe

BOCHNIA



1 : 10,000



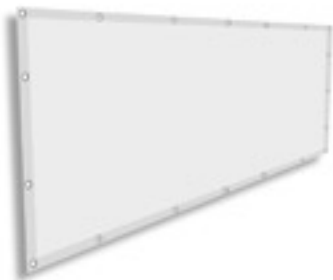
ROZDZIAŁ I PRZEPISY OGÓLNE

§5.1. Słownik pojęć podstawowych. Ilekroć w uchwale jest mowa o:

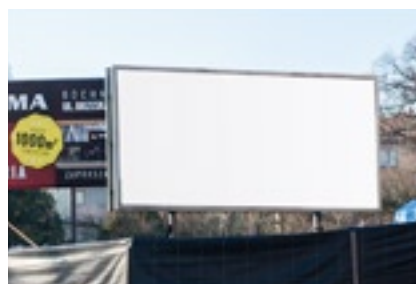
- 1) Nośniku reklamowym** – należy przez to rozumieć każdy przedmiot upowszechniający reklamę;
- 2) Reklamie** – należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne
- 3) Szyldzie** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują;
- 4) Tablicy reklamowej** – 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;
- 5) Uchwale** – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę Rady Miasta Bochnia;
- 6) Urządzeniu reklamowym** - należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem;

2. Słownik pojęć szczegółowych Ilekroć w uchwale jest mowa o:

1) **Banerze reklamowym**, należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, jednostronne, eksponujące reklamę na powierzchniach wykonanych z tworzyw sztucznych w szczególności miękkich np. pcv, foliach, tkaninach itp.;



2) **Billboardzie**, należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe jednostronne lub dwustronne upowszechniające reklamę o powierzchni nieprzekraczającej 12 m²;



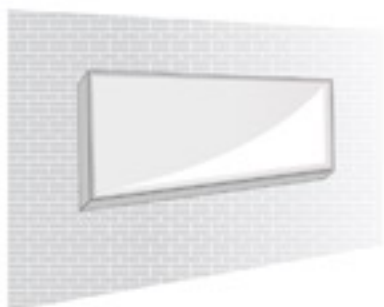
3) **Elewacji frontowej**, należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku wraz z istniejącymi na niej elementami architektonicznymi, w tym w szczególności oknami, witrynami, wejściami, detalami architektonicznymi np. gzymsem, boniowaniem itp. usytuowaną frontem do przestrzeni publicznej;

4) **Gablocie ekspozycyjnej**, należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie otwieranej, wykończone szkłem bądź innym transparentnym tworzywem, zawierające przestrzeń wewnętrzną umożliwiającą zmianę ekspozycji towarów;



5) **Imprezie miejskiej**, należy przez to rozumieć imprezy o charakterze masowym, organizowane na terenie miasta a także inne przedsięwzięcia, w tym uroczystości państwowe, lokalne, religijne, wydarzenia sportowe, kulturalne, upamiętniające, integrujące;

6) Kasetonie, należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wielobocznej, zamkniętej konstrukcji, niepełnej w środku, wykonanej ze sztywnego materiału, przestrzenną o grubości powyżej 4 cm;



7) Maszcie flagowym, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe z powierzchnią ekspozycyjną umieszczoną na tkaninie lub materiale z tworzywa sztucznego, przymocowanego do pionowego stelaża o wysokości całkowitej powyżej 2,8 m do 12 m;



8) Muralu reklamowym, należy przez to rozumieć wielkoformatowy obraz, malowany techniką trwałą bezpośrednio na elewacji budynku;



9) Neonie, należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, wykonane z elementów giętych, zamkniętych profili szklanych (np. rurek) najczęściej pokrytych luminoforem, wypełnionych gazem lub jego mieszkanką, emitujących światło;



10) Ogródku pełnym, należy przez to rozumieć, mur pełny lub inną formę, której powierzchnia widocznych prześwitów wynosi 20% i mniej na każdy metr bieżący ogrodzenia, przy czym nie dotyczy ogrodzeń w formie murów oporowych;



11) Ogródka gastronomicznym, należy przez to rozumieć wydzielony sezonowo teren, ogrodzony lub nie, w obrębie którego prowadzona jest działalność usług gastronomicznych;



12) Pasię reklamowym pionowym, należy przez to rozumieć przestrzeń na elewacji budynku gdzie dopuszczone jest umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych oraz gablot informacyjnych o powierzchni do 1,5 m². Pas reklamowy pionowy zlokalizowany jest w przestrzeni parteru, pomiędzy krawędzią otworu wejściowego do budynku a krawędzią najbliższego otworu okiennego lub witryny;



13) Pasię reklamowym poziomym, należy przez to rozumieć przestrzeń na elewacji budynku gdzie dopuszczone jest umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m². Pas reklamowy poziomy zlokalizowany jest pomiędzy górną krawędzią otworów okiennych, drzwiowych, witryn parteru a pierwszym gzymsem lub w przypadku braku gzymsu dolną krawędzią otworów okiennych drugiej kondygnacji budynku. Powierzchnia i wymiary pasa reklamowego są uzależnione od detalu elewacji, wysokości gzymsu lub krawędzi okien. Dla budynków parterowych pas reklamowy stanowi przestrzeń między górną krawędzią otworów okiennych a gzymsem bądź okapem;



14) Potykaczu, należy przez to rozumieć wolnostojące, przenośne urządzenie reklamowe jedno lub dwustronne, z rozkładaną konstrukcją, umożliwiające ekspozycję reklamy na powierzchni nie większej niż 2 m²;



15) Przestrzeni parteru, należy przez to rozumieć fragment elewacji budynku jego pierwszej kondygnacji nadziemnej (często zwieńczony gzymsem międzykondygnacyjnym);



16) Przestrzeni publicznej, należy przez to rozumieć wspólną przestrzeń miejską, stanowiącą teren, do którego każda jednostka społeczna ma prawo wejść i przebywać bezpłatnie, służąca dobru wspólnemu, charakterystyczna lokalnie, posiadająca określone uwarunkowania funkcjonalno – przestrzenne;

17) Pylonie cenowym, należy przez to rozumieć pylon reklamowy z cennikiem stacji paliw;



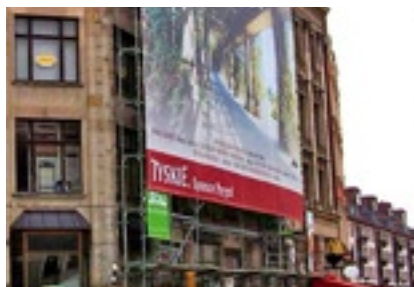
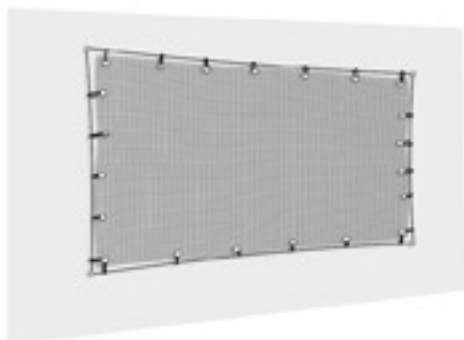
18) Pylonie reklamowym, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, płaskie lub przestrzenne, posiadające konstrukcję trwale związaną z gruntem, zawierające przestrzeń dla ekspozycji reklamy jednostronną lub dwustronną, w tym zbiorczą dla więcej niż jednej reklamy, o jednakowych gabarytach, podświetlane lub nie, o powierzchni reklamowej nieprzekraczającej 4 m²;



19) PCW, należy przez to rozumieć materiał z polichlorku winylu, oznaczany rynkowo również jako: PCV, PVC;



20) Reklamie remontowo-budowlanej – należy przez to rozumieć siatki okrywające rusztowanie budowlane, zawierające treści reklamowe, dopuszczone do stosowania wyłącznie w trakcie formalnie prowadzonych robót budowlanych, nie dłużej jednak niż 12 miesięcy;



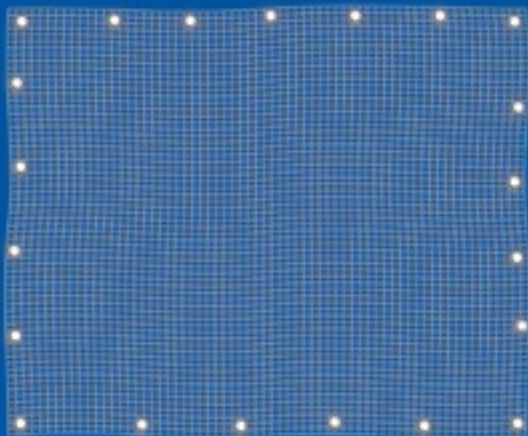
21) Reklamie wielkogabarytowej – należy przez to rozumieć każdy nośnik reklamowy o powierzchni powyżej 12 m²;

22) Reklamie wyborczej, należy przez to rozumieć tymczasową tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, zawierające treść promującą kandydatów w wyborach powszechnych, sytuowane w miejscach widocznych w przestrzeni publicznej wyłącznie na czas kampanii wyborczej, wyborów, do 30 dni po ich zakończeniu z zachowaniem przepisów odrębnych;

23) Semaforze, należy przez to rozumieć szyld reklamowy, umieszczony na wysięgniku, prostopadle do elewacji budynku;



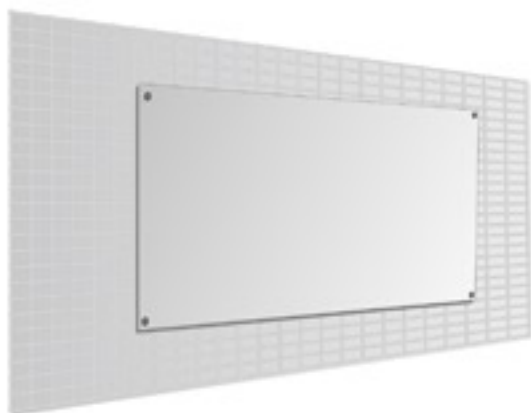
24) **Siatce wielkoformatowej**, należy przez to rozumieć tablicę reklamową, rozpinaną na dowolnym stelażu, przytwierdzaną do elewacji bądź sytuowaną między budynkami lub na rusztowaniu, umożliwiającą ekspozycję reklamy na tkaninie bądź miękkim, ażurowym tworzywie sztucznym o strukturze zbliżonej do siatki, której powierzchnia ekspozycji przekracza 12 m²;



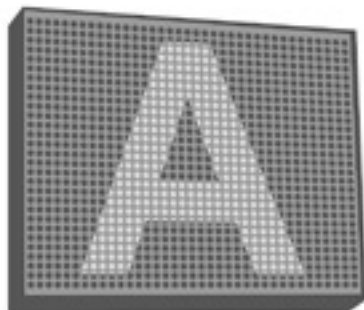
25) Słupie ogłoszeniowym, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe w formie walca, o wysokości do 3,5 m i szerokości do 1,8 m, służące ekspozycji reklam i informacji tymczasowych;



26) Tablice informujące, należy przez to rozumieć urządzenie informacyjne, wolnostojące lub montowane do ściany budynku w formie tablicy, gabloty, zawierające informacje na temat działalności prowadzonej w tym budynku, w tym informacje o bieżącej działalności instytucji publicznych; 27



27) Telebimie, należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie ekranu LED, LCD, cityscroll, świetlnej gabloty, emitujące stałe lub zmienne obrazy bądź projekcje świetlne, o powierzchni nieprzekraczającej 12 m²;



28) Witaczu, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, trwale związane z gruntem, zawierające treści związane bezpośrednio z Miastem Bochnia, Ziemią Bocheńską lub regionem, ich tradycją, dziedzictwem i kulturą;



29) Witaczu wejściowym, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, przenośne, służące ekspozycji reklamy na powierzchni nie przekraczającej 1 m², o szerokości nie większej niż 0,6 m i wysokości do 1,2 m;



30) Witrynie, należy przez to rozumieć przeszklony otwór w elewacji, stanowiący powierzchnię wystawową, zlokalizowaną w przestrzeni parteru budynku, umożliwiającą ekspozycję towarów;



31) Żaglu reklamowym, należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, eksponujące reklamę dwustronnie na tkaninie lub materiale z tworzywa sztucznego, przymocowanego do pionowego stelaża o wysokości całkowitej nie przekraczającej 2,8 m i powierzchni nie większej niż 12 m²;



§6. Przepisów niniejszej uchwały nie stosuje się do tablic informujących o finansowaniu ze środków Unii Europejskiej oraz tablic instytucji państwowych.

§7. W przypadku mechanicznego uszkodzenia nośnika reklamowego (jakiegokolwiek elementu, w tym konstrukcji) jego odkształcenia, wybarwienia, w sytuacji gdy treść w nim zawarta staje się nieczytelna lub jej widoczność ograniczona, podlega niezwłocznemu usunięciu lub zastąpieniu nośnikiem wykonanym wg zasad niniejszej uchwały.

§8. Na całym terenie objętym uchwałą, dopuszcza się lokalizację wolnostojących tablic informujących, w tym zestawianych wieloelementowo w formie galerii, wyłącznie dla ekspozycji treści związanych bezpośrednio z Miastem Bochnia, Ziemią Bocheńską lub regionem, ich tradycją, dziedzictwem i kulturą.

§9. Na całym terenie objętym uchwałą, dopuszcza się tymczasową lokalizację telebimów, siatek wielkoformatowych i urządzeń reklamowych nietrwale związanych z gruntem sytuowanych na czas trwania i organizacji imprez miejskich w miejscu gdzie się odbywają, przy czym ich demontaż musi nastąpić w terminie nie dłuższym niż 5 dni od zakończenia imprezy miejskiej.

§10. Na terenach i ogrodzeniach cmentarzy obowiązuje całkowity zakaz umieszczania jakichkolwiek nośników reklamowych.

§11. W odległości 10 m od istniejących cieków wodnych, obowiązuje całkowity zakaz lokalizacji nośników reklamowych.

§12. Na całym terenie objętym uchwałą, obowiązuje zakaz umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ścianach przystanków komunikacji zbiorowej, za wyjątkiem treści związanych bezpośrednio z Miastem Bochnia, jego tradycją, dziedzictwem i kulturą.

§13. Na całym terenie objętym uchwałą, zakaz umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zadaszeniach przystanków komunikacji zbiorowej.

§14. Obowiązuje zakaz lokalizacji stałych przeszkód, w tym nośników reklamowych, o wysokości ponad 3 m pomiędzy drogą pożarową a budynkiem.

§15. Obowiązuje zakaz lokalizacji nośników reklamowych w sposób ograniczający dostęp do hydrantów i zbiorników przeciwpożarowych oraz urządzeń przeciwpożarowych, głównych wyłączników prądu, głównych zaworów gazu.

§16. W zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w pasie drogowym, oprócz ustaleń niniejszej uchwały obowiązują przepisy odrębne.

§17. W zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na zabytkach, oprócz ustaleń niniejszej uchwały obowiązują przepisy odrębne.



rys. 1 - zasady rozmieszczenia reklam
w wyznaczonych pasach na elewacjach



- przestrzeń wolna od reklam (wyjątek §17.1. pkt. 2)
- poziomy pas reklamowy
- pionowy pas reklamowy



rys. 2 - zasady rozmieszczenia reklam
w wyznaczonych pasach na elewacjach
na wybranym przykładzie ul. Kazimierza Wielkiego



płycina

detal architektoniczny

poziomy pas reklamowy

rama witryny

witryna

gzymś

pilaster

boniowanie

pionowy pas reklamowy

cokół





ROZDZIAŁ II

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH, ICH GABARYTY, STANDARDY JAKOŚCIOWE ORAZ RODZAJE MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE

§18.1 Ustalenia wspólne dla Obszarów 1, 2, 3, 4, 4a w zakresie zasad sytuowania i gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) Nakaz dostosowania każdego typu nośników reklamowych oraz gablot informacyjnych, tablic informujących umieszczanych na elewacji budynku do jego kompozycji architektonicznej, charakteru (stylu) elewacji i detalu architektonicznego z uwzględnieniem kolorystyki elewacji;
- 2) Wszystkie umieszczone na elewacji nośniki reklamowe muszą być bezpośrednio związane z działalnością prowadzoną w budynku bądź nieruchomości na której zostały umieszczone;
- 3) Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych podświetlanych, w tym neonów i kasetonów na określonych w przepisach szczegółowych dla poszczególnych obszarów oraz przy spełnieniu następujących warunków:
 - a) natężenie emitowanego światła nie może przekroczyć: 5000 cd/m² w ciągu dnia i 400 cd/m² w ciągu nocy;
 - b) wyklucza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe podświetlane w tym neony i kasetony, w których zastosowano materiały odbłaskowe, efekty wizualne takie jak: zmienną emisję światła np. w formie przesuwanych liter, mrugających obrazów, ruchomych obrazów, zmieniających natężenie światła, zmieniających kolor światła, emitujących sygnały dźwiękowe itp.;
 - c) możliwość umieszczania nośników podświetlanych (oprócz neonów) nie dotyczy budynków wpisanych indywidualnie do rejestru zabytków;

4) Zakaz sytuowania reklam wielkogabarytowych, z wyjątkiem tymczasowych reklam remontowo – budowlanych;

5) Zakaz umieszczania nośników reklamowych na ogrodzeniach od strony dróg publicznych i przestrzeni publicznych, murach oporowych, balkonach, balustradach, dachach, ścianach szczytowych budynków, urządzeniach infrastruktury technicznej, znakach drogowych i drzewach - dotyczy także reklam wyborczych;

6) Zakaz umieszczania nośników reklamowych na wysięgnikach na wysokości mniejszej niż 2,2 m licząc od dolnej krawędzi nośnika do poziomu terenu nad którym go powieszono;

7) Reklamy wyborcze mogą być sytuowane w miejscach widocznych w przestrzeniach publicznych z wyłączeniem okien, drzwi i balkonów budynków, urządzeń infrastruktury technicznej i drzew; dopuszcza się sytuowanie nośników mobilnych z wykluczeniem terenów placów miejskich i parków;

2 Ustalenia wspólne dla Obszarów 1, 2, 3, 4, 4a w zakresie standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Kolorystyka tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów powinna tłem nawiązywać do koloru elewacji;

2) Wskazuje się stonowane odcienie kolorów np. beże, brązy szarości, biele przy wykluczeniu jaskrawych tonów barw. W przypadku elementów podświetlanych, wskazuje się kolor światła w tonacjach ciepłych, o natężeniu określonym w §18.1. pkt 3, lit. a;

3) Zakaz sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i szyldów w kolorystyce, dysharmonizującej estetykę elewacji;

4) Dla tablic reklamowych urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych przenośnych ustala się formy i materiały bezpieczne, o łagodnych krawędziach, niezagrożających poruszającym się w ich sąsiedztwie użytkownikom przestrzeni publicznych, w szczególności osobom niepełnosprawnym, odporne na warunki atmosferyczne



§19.1. Dla Obszaru 1 - strefy ekspozycji krajobrazu kulturowego ustala się zasady sytuowania i gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, ustala się możliwość sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² (nie dotyczy semaforów) z zastrzeżeniem gabarytów i powierzchni, określonych w niniejszej uchwale, wyłącznie w pasie reklamowym poziomym i pionowym, witrinach, otworach okiennych i drzwiowych przestrzeni parteru, z wyłączeniem, o którym mowa w pkt. 2;

2) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, w przypadku gdy na elewacji budynku nad górną krawędzią okien, witrzyn, drzwi występuje detal architektoniczny a odległość między nim a dolną krawędzią pierwszego gzymsu wynosi mniej niż 0,35 m, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² ponad gzymsiem pierwszej kondygnacji, jednak wyłącznie w formie szyldów realizowanych jako przestrzenne litery na transparentnym tle, bądź mocowanych bezpośrednio do elewacji, bez możliwości przekraczania dolnej krawędzi okien pierwszej kondygnacji;

3) Dla budynków innych niż określone w pkt 1, ustala się możliwość lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów na elewacjach budynków w przestrzeni parteru, w tym w witrinach, bramach i podcieniach z wyłączeniem przesłaniania okien i drzwi przeszkłonych (nie dotyczy reklam naklejanych) parapetów, detali architektonicznych w szczególności gzymsów, pilastrów, tympanonów, z zachowaniem zasad dotyczących możliwości sytuowania, standardów jakościowych, gabarytów i materiałów z jakich mogą być wykonane, określonych w niniejszej uchwale. Obowiązuje zasada umieszczania nośników reklamowych w jednej lub dwóch liniach (np. pionowo między drzwiami a oknem, lub poziomo między górną krawędzią okien a pierwszym gzymsiem) przy zastosowaniu ujednoczonych gabarytów np. pod względem szerokości, tak, aby wykluczyć przesłanianie fasady różnorodnymi typami nośników reklamowych o zróżnicowanych formach, umieszczonych w sposób dowolny, nieuporządkowany;

4) Sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych określone w pkt 1-3, dotyczy mocowania ich równoległe do elewacji a w przypadku semaforów prostopadłe do elewacji;

5) Górna krawędź tablic i urządzeń reklamowych lokalizowanych w pasie reklamowym nie może przesłaniać gzymsu ani krawędzi linii otworów okiennych;

6) Ustala się możliwość mocowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów o długości mierzonej po obrysie zewnętrznym nie większym niż 4 m;

7) Ustala się wysokość całkowitą nośników reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, określonych jako: szyld, kaseton, neon, semafor w tym również emitujących światło, na nie większą niż 0,5 m;

- 8)** Ustala się wysokość całkowitą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, innych niż wymienione w pkt 7 dopuszczonych dla obszaru, z wyłączeniem siatki wielkoformatowej na nie większą niż 2m;
- 9)** Wskazuje się stosowanie szyldów w formie trójwymiarowych liter na transparentnym tle lub mocowanych bezpośrednio do lica elewacji, których wysokość całkowita nie może być większa niż określona w pkt 7;
- 10)** Ustala się możliwość sytuowania reklam naklejanych na przeszklenia tj. okna i drzwi w tym drzwi witryn parteru, przy czym nie mogą one zajmować więcej niż 20 % ich powierzchni;
- 11)** Reklamy sytuowane w pionowym pasie reklamowym muszą posiadać takie wymiary i gabaryty, aby widoczne w przestrzeni publicznej tworzyły spójny w odbiorze nośnik o równych krawędziach bocznych;
- 12)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji tablic i urządzeń reklamowych mocowanych równoległe do elewacji, nie może przekroczyć linii gzymsu a w przypadku jego braku 0,3 m;
- 13)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji semaforów, nie może przekroczyć 0,8 m;
- 14)** Potykacze i witacze wejściowe sytuowane w przestrzeniach publicznych, dopuszcza się w liczbie maksymalnie po jednym na budynek z zachowaniem przepisów odrębnych;
- 15)** Dopuszcza się sytuowanie tablic informujących i gablot ekspozycyjnych na elewacji budynku w liczbie 2 na budynek. Całkowita kubatura gabloty nie może przekraczać 1 m³, w tym jej wysokość nie może być większa niż 2m;
- 16)** Dopuszcza się sytuowanie pylonów reklamowych na terenie nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, przy czym całkowita wysokość pylonu reklamowego nie może przekroczyć 2,5 m licząc od poziomu terenu na którym został on usytuowany. Dopuszcza się urządzenia podświetlane, jednak emisja światła nie może przekraczać wartości określonych w §18.1. pkt 3, lit. a; Emitowane światło nie może być pulsujące - obowiązują również przepisy odrębne;
- 17)** Dopuszcza się sytuowanie słupów ogłoszeniowych na terenie obszaru, przy spełnieniu warunku, iż ich odległość wzajemna nie może być mniejsza niż 80 m;
- 18)** Dopuszcza się umieszczanie murali reklamowych na elewacjach budynków, za wyjątkiem elewacji frontowych, wyłącznie nawiązujących tematyką do Miasta Bochnia, jego tradycji, dziedzictwa i kultury, z dopuszczeniem szyldu wykonanego w tej samej technice o wysokości nie większej niż 0,5 m, umieszczonego w pasie dolnej części kompozycji.
- 19)** Dopuszcza się umieszczanie siatek wielkoformatowych na budynkach wpisanych do rejestru zabytków wyłącznie tymczasowo, z uwzględnieniem przepisów odrębnych w zakresie pozwoleń oraz pod warunkiem, że treść na nich umieszczona będzie związana bezpośrednio z Miastem Bochnia, jego tradycją, dziedzictwem i kulturą;

20) Dopuszcza się umieszczanie siatek remontowo – budowlanych;

21) Elementy wyposażenia ogródków gastronomicznych takie jak parasole, markizy, płotki czy osłony, umieszczane w przestrzeniach publicznych, muszą być wolne od reklam i posiadać stonowaną kolorystykę; dopuszcza się sytuowanie potykacza i witaacza wejściowego w liczbie po 1 na ogródek;

22) Na terenie średniowiecznego układu urbanistycznego, wpisanego do rejestru zabytków pod numerem A-244 zakazuje się lokalizacji żagli reklamowych, banerów reklamowych, billboardów, telebimów oraz siatek wielkoformatowych z wyłączeniem, o którym mowa w pkt 19 oraz §9 niniejszej uchwały;

23) Na terenie średniowiecznego układu urbanistycznego, wpisanego do rejestru zabytków pod numerem A-244 zakazuje się lokalizacji: manekinów, wolnostojących automatów na produkty spożywcze, wolnostojących makiet produktów spożywczych, ludzi, zwierząt itp;

24) Zakaz powielania nośników reklamowych, dotyczących tego samego podmiotu na elewacji budynku; dla jednego podmiotu dopuszcza się jeden nośnik reklamowy na elewacji i dodatkowo reklamy wklejane w przeszkleniach, zgodnie z przepisami niniejszej uchwały;

25) Zakaz bezpośredniej ekspozycji towarów przytwierdzanych do elewacji budynków np. rozwieszania odzieży, materiałów budowlanych; nie dotyczy targowisk;

2. Dla Obszaru 1 - strefy ekspozycji krajobrazu kulturowego ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Preferowane rodzaje materiałów do wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów: metal, stal, drewno, mosiądz, szkło, aluminium, plexi. Nie dopuszcza się miękkich tworzyw pcw;

2) W obrębie średniowiecznego układu urbanistycznego, wpisanego do rejestru zabytków preferowane stosowanie form i kształtów szyldów, w tym semaforów, nawiązujących do stylu tradycyjnego, z wykorzystaniem detali określających rodzaj prowadzonej działalności, np. kutech, rzeźbionych itp.;

3) Pozostałe standardy, dotyczące kolorystyki nośników reklamowych, natężenia światła określono w §18.2.



§20.1. Dla Obszaru 2 - strefy ekspozycji krajobrazu lokalnego ustala się zasady sytuowania i gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, ustala się możliwość sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² (nie dotyczy semaforów) z zastrzeżeniem gabarytów i powierzchni, określonych w niniejszej uchwale, wyłącznie w pasie reklamowym poziomym i pionowym, witrynach, otworach okiennych i drzwiowych przestrzeni parteru, z wyłączeniem, o którym mowa w pkt. 2;

2) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, w przypadku gdy na elewacji budynku nad górną krawędzią okien, witryn, drzwi występuje detal architektoniczny a odległość między nim dolną krawędzią pierwszego gzymsu wynosi mniej niż 0,4 m, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² ponad gzymsiem pierwszej kondygnacji, jednak wyłącznie w formie szyldów realizowanych w jako przestrzenne litery na transparentnym tle, bądź mocowanych bezpośrednio do elewacji, bez możliwości przekraczania dolnej krawędzi okien pierwszej kondygnacji

3) Dla budynków innych niż określone w pkt. 1, ustala się możliwość lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów na elewacjach budynków w przestrzeni parteru, w tym w witrynach, bramach i podcieniach z wykluczeniem przesłaniania okien i drzwi przeszklonych (nie dotyczy reklam naklejanych) parapetów, detali architektonicznych w szczególności gzymsów, pilastrów, tympanonów, z zachowaniem zasad dotyczących możliwości sytuowania, standardów jakościowych, gabarytów i materiałów z jakich mogą być wykonane, określonych w niniejszej uchwale. Obowiązuje zasada umieszczania nośników reklamowych w jednej lub dwóch liniach (np. pionowo między drzwiami a oknem, lub poziomo między górną krawędzią okien a pierwszym gzymsiem) przy zastosowaniu ujednoliconych gabarytów np. pod względem szerokości, tak, aby wykluczyć przesłanianie fasady różnorodnymi typami nośników reklamowych o zróżnicowanych formach, umieszczonych w sposób dowolny, nieuporządkowany;

4) Sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych określone w pkt 1-3, dotyczy mocowania ich równoległe do elewacji a w przypadku semaforów prostopadle do elewacji;

5) Ustala się możliwość mocowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów o długości mierzonej po obrysie zewnętrznym nie większym niż 6 m;

6) Ustala się wysokość całkowitą nośników reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, określonych jako: szyld, kaseton, neon, semafor w tym również emitujących światło, na nie większą niż 0,7 m;

7) Ustala się wysokość całkowitą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, innych niż wymienione w pkt 6, dopuszczonych dla obszaru, z wyłączeniem siatki wielkoformatowej na nie większą niż 2,2 m;

- 8)** Wskazuje się stosowanie trójwymiarowych liter na transparentnym tle lub mocowanych bezpośrednio do lica elewacji, których wysokość całkowita nie może być większa niż określona w pkt 6;
- 9)** Ustala się możliwość sytuowania reklam naklejanych na przeszklenia tj. okna i drzwi w tym drzwi witryn parteru, przy czym nie mogą one zajmować więcej niż 40 % ich powierzchni;
- 10)** Reklamy sytuowane w pionowym pasie reklamowym muszą posiadać takie wymiary i gabaryty, tak aby widoczne w przestrzeni publicznej tworzyły spójny w odbiorze nośnik o równych krawędziach bocznych;
- 11)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji tablic i urządzeń reklamowych mocowanych równoległe do elewacji, nie może przekroczyć linii gzymsu a w przypadku jego braku 0,3 m;
- 12)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji semaforów, nie może przekroczyć 0,8 m;
- 13)** Potykacze i witacze wejściowe sytuowane w przestrzeniach publicznych, dopuszcza się w liczbie maksymalnie po jednym na lokal z zachowaniem przepisów odrębnych
- 14)** Dopuszcza się sytuowanie tablic informujących i gablot ekspozycyjnych na elewacji budynku w liczbie 2 na budynek;
- 15)** Dopuszcza się sytuowanie pylonów reklamowych na terenie nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, przy czym całkowita wysokość pylonu reklamowego nie może przekroczyć 2,5 m licząc od poziomu terenu na którym został on usytuowany. Dopuszcza się urządzenia podświetlane, jednak emisja światła nie może przekraczać wartości określonych w §18.1. pkt 3) lit. a; Emitowane światło nie może być pulsujące - obowiązują również przepisy odrębne;
- 16)** Dopuszcza się lokalizację pylonów cenowych z zachowaniem przepisów odrębnych, w szczególności w zakresie lokalizacji wzdłuż dróg publicznych oraz emisji światła;
- 17)** Dopuszcza się umieszczanie murali na elewacjach budynków, za wyjątkiem elewacji frontowych, nawiązujących tematyką do Miasta Bochnia, jego tradycji, dziedzictwa i kultury;
- 18)** Dopuszcza się sytuowanie słupów ogłoszeniowych na terenie obszaru, przy spełnieniu warunku, iż ich odległość wzajemna nie może być mniejsza niż 50 m;
- 19)** Dopuszcza się umieszczanie siatek wielkoformatowych tymczasowo, z uwzględnieniem przepisów odrębnych w zakresie pozwoleń (dotyczy np. zabytków) oraz pod warunkiem, że treść na nich umieszczona będzie związana bezpośrednio z Miastem Bochnia, jego tradycją, dziedzictwem i kulturą;
- 20)** Za wyjątkiem określonym w pkt 19) i §9 obowiązuje zakaz sytuowania siatek wielkoformatowych;

21) Dopuszcza się umieszczanie siatek remontowo – budowlanych;

22) Elementy wyposażenia ogródków gastronomicznych takie jak parasole, markizy, płotki czy osłony, umieszczane w przestrzeniach publicznych, muszą być wolne od reklam i posiadać stonowaną kolorystykę; dopuszcza się sytuowanie potykacza i wiaty wejściowego w liczbie po 1 na ogródek;

23) Zakaz bezpośredniej ekspozycji towarów przytwierdzanych do elewacji budynków np. rozwieszania odzieży, materiałów budowlanych; nie dotyczy targowisk;

24) Zakaz multiplikowania nośników reklamowych, dotyczących tego samego podmiotu na elewacji budynku; dopuszcza się jeden nośnik reklamowy na elewacji dla jednego podmiotu i dodatkowo reklamy wklejane w przeszkleniach zgodnie z przepisami niniejszej uchwały;

25) Dopuszcza się stosowanie wolnostojących nośników reklamowych wzdłuż dróg publicznych w standardach, formach i gabarytach i na zasadach określonych w niniejszej uchwale z zachowaniem przepisów odrębnych;

2. Dla Obszaru 2 - strefy ekspozycji krajobrazu lokalnego ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Preferowane rodzaje materiałów do wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów: metal, stal, drewno, mosiądz, szkło, aluminium, plexi;

2) Pozostałe standardy, dotyczące kolorystyki nośników reklamowych, natężenia światła określono w §18.2.



§21.1 Dla Obszaru 3 – strefy komunikacji ustala się zasady sytuowania i gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, ustala się możliwość sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² (nie dotyczy semaforów) z zastrzeżeniem gabarytów i powierzchni, określonych w niniejszej uchwale, wyłącznie w pasie reklamowym poziomym i pionowym, witrynach, otworach okiennych i drzwiowych przestrzeni parteru, z wyłączeniem, o którym mowa w pkt. 2;
- 2) Dla budynków wpisanych do rejestru zabytków oraz budynków wpisanych do gminnej ewidencji zabytków, w przypadku gdy na elewacji budynku nad górną krawędzią okien, witryn, drzwi występuje detal architektoniczny a odległość między nim dolną krawędzią pierwszego gzymsu wynosi mniej niż 0,4 m, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych o powierzchni równej lub większej 1,5 m² ponad gzymsem pierwszej kondygnacji, jednak wyłącznie w formie szyldów realizowanych w jako przestrzenne litery na transparentnym tle, bądź mocowanych bezpośrednio do elewacji, bez możliwości przekraczania dolnej krawędzi okien pierwszej kondygnacji;
- 3) Dla budynków innych niż określone w pkt. 1, ustala się możliwość lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów na elewacjach budynków w przestrzeni parteru oraz w obrębie pierwszej kondygnacji nad parterem bez możliwości przekraczania jej górnej krawędzi okien. Dopuszcza się lokalizację nośników reklamowych w witrynach, bramach i podcieniach z wykluczeniem przesłaniania okien i drzwi przeszklonych (nie dotyczy reklam naklejanych) parapetów, detali architektonicznych w szczególności gzymsów, pilastrów, tympanonów, z zachowaniem zasad dotyczących możliwości sytuowania, standardów jakościowych, gabarytów i materiałów z jakich mogą być wykonane, określonych w niniejszej uchwale. Obowiązuje zasada umieszczania nośników (np. pionowo między drzwiami a oknem, lub poziomo między górną krawędzią okien a pierwszym gzymsem) przy zastosowaniu ujednoczonych gabarytów np. pod względem szerokości, tak, aby wykluczyć przesłanianie fasady różnorodnymi typami nośników reklamowych o zróżnicowanych formach, umieszczonych w sposób dowolny, nieuporządkowany;
- 4) Sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych określone w pkt 1-3, dotyczy mocowania ich równolegle do elewacji a w przypadku semaforów prostopadle do elewacji;
- 5) Ustala się możliwość mocowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów o długości mierzonej po obrysie zewnętrznym nie większym niż 6 m;
- 6) Ustala się wysokość całkowitą nośników reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, określonych jako: szyld, kaseton, neon, semafor w tym również emitujących światło, na nie większą niż 0,7 m;
- 7) Ustala się wysokość całkowitą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, umieszczanych na elewacji budynku, innych niż wymienione w pkt 6, dopuszczonych dla obszaru, z wyłączeniem siatki wielkoformatowej na nie większą niż 2 m;

- 8)** Wskazuje się stosowanie trójwymiarowych liter na transparentnym tle lub mocowanych bezpośrednio do lica elewacji, których wysokość całkowita nie może być większa niż określona w pkt 6;
- 9)** Ustala się możliwość sytuowania reklam naklejanych na przeszklenia tj. okna i drzwi w tym drzwi witryn parteru, przy czym nie mogą one zajmować więcej niż 50 % ich powierzchni;
- 10)** Reklamy sytuowane w pionowym pasie reklamowym muszą posiadać takie wymiary i gabaryty, tak aby widoczne w przestrzeni publicznej tworzyły spójny w odbiorze nośnik o równych krawędziach bocznych;
- 11)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji tablic i urządzeń reklamowych mocowanych równoległe do elewacji, nie może przekroczyć linii gzymsu a w przypadku jego braku 0,3 m;
- 12)** Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji semaforów, nie może przekroczyć 0,8 m;
- 13)** Potykacze i witacze wejściowe sytuowane w przestrzeniach publicznych, dopuszcza się w liczbie maksymalnie po jednym na lokal z zachowaniem przepisów odrębnych;
- 14)** Dopuszcza się sytuowanie tablic informujących i gablot ekspozycyjnych na elewacji budynku w liczbie 2 na budynek;
- 15)** W rejonach skrzyżowań dróg komunikacji kołowej, w odległości 50 m od krawędzi jezdni dopuszcza się lokalizację pylonów reklamowych, witaczy, o wysokości całkowitej nie przekraczającej 4 m, przy minimalnej odległości 2m pomiędzy każdym wolnostojącym nośnikiem reklamowym od z zachowaniem przepisów odrębnych;
- 16)** Lokalizacja urządzeń reklamowych, wolnostojących w odniesieniu do wiat przystankowych komunikacji zbiorowej nie może być mniejsza niż 15 m;
- 17)** Dopuszcza się lokalizację pylonów cenowych z zachowaniem przepisów odrębnych, w szczególności w zakresie lokalizacji wzdłuż dróg publicznych oraz emisji światła;
- 18)** Dopuszcza się umieszczanie murali reklamowych na elewacjach budynków, za wyjątkiem elewacji frontowych, nawiązujących tematyką do Miasta Bochnia, jego tradycji, dziedzictwa i kultury;
- 19)** Dopuszcza się sytuowanie słupów ogłoszeniowych na terenie obszaru, przy spełnieniu warunku, iż ich odległość wzajemna nie może być mniejsza niż 50 m;
- 20)** Dopuszcza się umieszczanie siatek wielkoformatowych tymczasowo, z uwzględnieniem przepisów odrębnych w zakresie pozwoleń (dotyczy zabytków) oraz pod warunkiem, że treść na nich umieszczona będzie związana bezpośrednio z Miastem Bochnia, jego tradycją, dziedzictwem i kulturą;

21) Za wyjątkiem określonym w pkt 20) i §9 obowiązuje zakaz sytuowania siatek wielkoformatowych;

22) Dopuszcza się umieszczanie siatek remontowo – budowlanych;

23) Elementy wyposażenia ogródków gastronomicznych takie jak parasole, markizy, płotki czy osłony, umieszczane w przestrzeniach publicznych, muszą być wolne od reklam i posiadać stonowaną kolorystykę; dopuszcza się sytuowanie potykacza i witaacza wejściowego w liczbie po 1 na ogródek;

24) Zakaz bezpośredniej ekspozycji towarów przytwierdzanych do elewacji budynków np. rozwieszania odzieży, materiałów budowlanych;

25) Zakaz multiplikowania nośników reklamowych, dotyczących tego samego podmiotu na elewacji budynku; dopuszcza się jeden nośnik reklamowy dla jednego podmiotu na elewacji i dodatkowo reklamy wklejane w przeszkleniach zgodnie z przepisami niniejszej uchwały;

26) Dopuszcza się stosowanie wolnostojących nośników reklamowych wzdłuż dróg publicznych w standardach, formach i gabarytach i na zasadach określonych w niniejszej uchwale z zachowaniem przepisów odrębnych.

2. Dla Obszaru 3 – strefy komunikacji ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Preferowane rodzaje materiałów do wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów: metal, stal, drewno, mosiądz, szkło, aluminium;

2) Pozostałe standardy, dotyczące kolorystyki nośników reklamowych, natężenia światła określono w §18.2.



§22.1 Dla Obszaru 4 – strefa przemysłowa ustala się zasady sytuowania i gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) Dla budynków ustala się możliwość lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów na elewacjach budynków w przestrzeni parteru oraz w obrębie pierwszej kondygnacji nad parterem z dopuszczeniem, o którym mowa w pkt 2; Dopuszcza się lokalizację nośników reklamowych w witrynach i bramach z wykluczeniem przesłaniania okien i drzwi przeszklonych (nie dotyczy reklam naklejanych) parapetów, detali architektonicznych z zachowaniem zasad dotyczących możliwości sytuowania, standardów jakościowych, gabarytów i materiałów z jakich mogą być wykonane, określonych w niniejszej uchwale. Obowiązuje zasada umieszczania nośników reklamowych w jednej lub dwóch liniach (np. pionowo między oknami, lub poziomo między górną krawędzią okien a pierwszym gzymsem) przy zastosowaniu ujednoczonych gabarytów np. pod względem szerokości, tak, aby wykluczyć przesłanianie fasady różnorodnymi typami nośników reklamowych o zróżnicowanych formach, umieszczonych w sposób dowolny, nieuporządkowany;
- 2) Dopuszcza się lokalizację szyldów poniżej krawędzi okapu bez możliwości przekraczania górnej krawędzi okien, nad którymi zostały powieszone; dopuszczenie nie dotyczy tablic reklamowych;
- 3) Wskazuje się stosowanie trójwymiarowych liter na transparentnym tle lub mocowanych bezpośrednio do lica elewacji, których wysokość całkowita nie może być większa niż 1,2 m;
- 4) Ustala się możliwość sytuowania reklam naklejanych na przeszklenia tj. okna i drzwi w tym drzwi witryn parteru, przy czym nie mogą one zajmować więcej niż 50 % ich powierzchni;
- 5) Ustala się sytuowanie tablic informujących i gablot ekspozycyjnych na elewacji budynku bez określania ich gabarytów;
- 6) Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mocowanych równolegle do elewacji, nie może przekroczyć linii gzymsu a w przypadku jego braku 0,3 m;
- 7) Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji semaforów, nie może przekroczyć 0,8 m a ich wysokość 0,6 m;
- 8) Dopuszcza się sytuowanie pylonów reklamowych na terenie nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, przy czym całkowita wysokość pylonu reklamowego nie może przekroczyć 6 m licząc od poziomu terenu na którym został on usytuowany. Dopuszcza się urządzenia podświetlane, jednak emisja światła nie może przekraczać wartości określonych w §18.1. pkt 3) lit. a; Emitowane światło nie może być pulsujące - obowiązują również przepisy odrębne;
- 9) Dopuszcza się lokalizację pylonów cenowych z zachowaniem przepisów odrębnych, w szczególności w zakresie lokalizacji wzdłuż dróg publicznych oraz emisji światła;

10) Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, masztów flagowych, żagli reklamowych, banerów reklamowych, billboardów, telebimów oraz siatek wielkoformatowych przy zachowaniu zasady:

a) powierzchnia każdego nośnika, wymienionego w niniejszym punkcie nie może przekraczać 12m²,

b) powierzchnia przekrycia elewacji budynku nośnikami reklamowymi łącznie nie może przekraczać 50% powierzchni elewacji;

c) odległości wolnostojących nośników reklamowych od krawędzi jezdni zgodnie z przepisami odrębnymi;

11) Dopuszcza się sytuowanie słupów ogłoszeniowych na terenie obszaru, przy spełnieniu warunku, iż ich odległość wzajemna nie może być mniejsza niż 50 m;

12) Dopuszcza się sytuowanie siatek remontowo – budowlanych;

13) Dopuszcza się maksymalnie dwa nośniki reklamowe, dotyczące tego samego podmiotu na elewacji budynku, dodatkowo reklamy wklejane w przeszkleniach;

14) Dopuszcza się stosowanie wolnostojących nośników reklamowych wzdłuż dróg publicznych w standardach, formach i gabarytach i na zasadach określonych w niniejszej uchwale z zachowaniem przepisów odrębnych.

2. Dla Obszaru 4 – strefa przemysłowa ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Preferowane rodzaje materiałów do wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów: metal, stal, drewno, mosiądz, szkło, aluminium;

2) Pozostałe standardy, dotyczące kolorystyki nośników reklamowych, natężenia światła określono w §18.2.



§23.1. Dla Obszaru 4a – strefa BSAG ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Dla budynków ustala się możliwość lokalizowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów na elewacjach budynków w przestrzeni parteru oraz w obrębie pierwszej kondygnacji nad parterem z dopuszczeniem, o którym mowa w pkt 2; Dopuszcza się lokalizację nośników reklamowych w witrynach i bramach z wykluczeniem przesłaniania okien i drzwi przeszklonych (nie dotyczy reklam naklejanych) parapetów, detali architektonicznych z zachowaniem zasad dotyczących możliwości sytuowania, standardów jakościowych, gabarytów i materiałów z jakich mogą być wykonane, określonych w niniejszej uchwale. Obowiązuje zasada umieszczania nośników reklamowych w jednej lub dwóch liniach (np. pionowo między oknami, lub poziomo między górną krawędzią okien a pierwszym gzymsem) przy zastosowaniu ujednoczonych gabarytów np. pod względem szerokości, tak, aby wykluczyć przesłanianie fasady różnorodnymi typami nośników reklamowych o zróżnicowanych formach, umieszczonych w sposób dowolny, nieuporządkowany;

2) Dopuszcza się lokalizację szyldów poniżej krawędzi okapu bez możliwości przekraczania górnej krawędzi okien, nad którymi zostały powieszone; dopuszczenie nie dotyczy tablic reklamowych;

3) Wskazuje się stosowanie trójwymiarowych liter na transparentnym tle lub mocowanych bezpośrednio do lica elewacji, których wysokość całkowita nie może być większa niż 1,4 m;

4) Maksymalny wysięg umieszczanych na elewacji semaforów, nie może przekroczyć 0,8 m a ich wysokość 0,7 m;

5) Dopuszcza się sytuowanie pylonów reklamowych na terenie nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, przy czym całkowita wysokość pylonu reklamowego nie może przekroczyć 6 m licząc od poziomu terenu na którym został on usytuowany. Dopuszcza się urządzenia podświetlane, jednak emisja światła nie może przekraczać wartości określonych w §18.1. pkt 3) lit. a; Emitowane światło nie może być pulsujące - obowiązują również przepisy odrębne;

6) Dopuszcza się lokalizację pylonów cenowych z zachowaniem przepisów odrębnych, w szczególności w zakresie lokalizacji wzdłuż dróg publicznych oraz emisji światła;

7) Ustala się sytuowanie tablic informujących i gablot ekspozycyjnych na elewacji budynku bez określania ich gabarytów;

8) Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, masztów flagowych, żagli reklamowych, banerów reklamowych, billboardów, telebimów oraz siatek wielkoformatowych przy zachowaniu zasady:

- a) powierzchnia każdego nośnika, wymienionego w niniejszym punkcie nie może przekraczać 12m²,
- b) powierzchnia przekrycia elewacji budynku nośnikami reklamowymi łącznie nie może przekraczać 50% powierzchni elewacji;
- c) odległości wolnostojących nośników reklamowych od krawędzi jezdni zgodnie z przepisami odrębnymi;

9) Dopuszcza się sytuowanie siatek remontowo – budowlanych;

10) Dopuszcza się maksymalnie dwa nośniki reklamowe, dotyczące tego samego podmiotu na elewacji budynku, dodatkowo reklamy wklejane w przeszkleniach;

11) Dopuszcza się stosowanie wolnostojących nośników reklamowych wzdłuż dróg publicznych w standardach, formach i gabarytach i na zasadach określonych w niniejszej uchwale z zachowaniem przepisów odrębnych.

2. Dla Obszaru 4a – strefa BSAG ustala się standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) Preferowane rodzaje materiałów do wykonywania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów: metal, stal, drewno, mosiądz, szkło, aluminium z wykluczeniem materiałów miękkich pcw;

2) Pozostałe standardy, dotyczące kolorystyki nośników reklamowych, natężenia światła określono w §18.2.



§24. Dla Obszaru 5 – strefy ekspozycji krajobrazu przyrodniczego ustala się:

1) Obowiązuje całkowity zakaz umieszczania stałych nośników reklamowych z wyłączeniem witaczy i masztów flagowych i tablic informujących;

2) Ustala się możliwość lokalizacji masztów flagowych, przeznaczonych wyłącznie do ekspozycji flagi narodowej oraz treści związanych bezpośrednio z Miastem Bochnia, Ziemią Bocheńską lub regionem, ich tradycją, dziedzictwem i kulturą;



rys. 3 - analiza istniejących nośników reklamowych przy ul. Kazimierza Wielkiego



Zbyt duży obszar zaklejenia witryny, zła kolorystyka



Prawidłowe wkomponowanie treści reklamowej w witrynie



niepoprawna forma reklamy, nieodpowiedni styl i kolorystyka



Zakaz bezpośredniej ekspozycji towarów



Nieodpowiednie miejsce na nośnik reklamowy



Prawidłowa forma reklamy, odpowiedni styl, kolorystyka, powierzchnia oklejenia witryny



przestrzeń wolna od reklam (wyjątek §17.1. pkt. 2)





rys. 4 - zmiana wizerunku elewacji po ujednoczeniu szyldów (dostosowanie szyldów do stylu elewacji)



Zdjęcie przedstawiające obecny stan reklam - 2017 rok

Litery przestrzenne

Mocowane - bezpośrednio do elewacji budynku.

Typ materiału - dibond.

Kolorystyka - nawiązująca do stylu elewacji budynku, wspólna dla sąsiednich reklam.

Wysokość maksymalna - 70 cm



Reklama na szkleniu

Typ materiału - folia okienna matowa (szroniona)

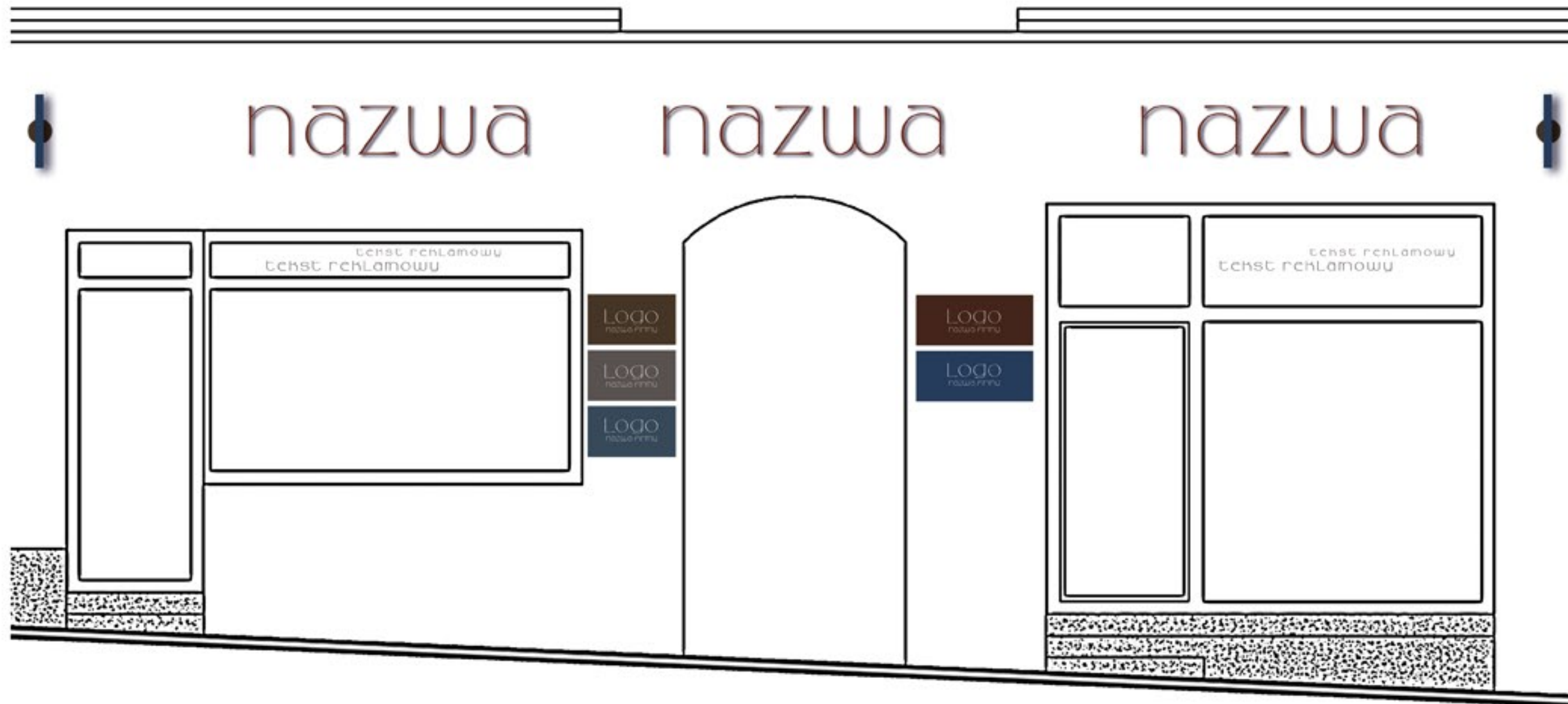
Kolorystyka - kolory stonowane, naturalne (szarości, beż, krem, biel)

Wielkość - maksymalnie 20% powierzchni całej witryny

rys. 5 - Zasada kompozycji nośników reklamowych na przestrzeni parteru.



Kamienica ul. Rynek 11- 2017 rok
 Stan istniejący kamienicy przy Rynku 11 to estetyczny chaos spowodowany głównie spiętrzonymi, nachodzącymi na siebie nośnikami reklamy przestrzennej. Dominują kasetony reklamowe w różnych kolorach, co potęguje poczucie nieładu. Zauważalne są zbędne powielenia treści reklamowych, które paradoksalnie poprzez dublowanie przekazu zamiast eksponować treść, wprowadzają zamęt, w którym ich przekaz zostaje zagubiony. Nad wejściem głównym do kamienicy widoczny baner reklamowy. Nośnik słabej jakości pozbawiony walorów estetycznych



Wizualizacja reklam
 Przykład uporządkowania nośników reklamowych z zachowaniem wspólnego stylu dla całej kamienicy.

nazwa

Litery przestrzenne umieszczone centralnie nad witryną w obrębie wydzielonego pasa reklamowego materiał: dibond

tekst reklamowy
 tekst reklamowy

reklama na szkle
 materiał: folia okienna matowa (szroniona)

Logo
 nazwa firmu

Szyldy wykonane w jednym stylu tworzą zwięzłą i czytelną kompozycję, dzięki czemu są łatwiejsze w odbiorze materiał: dibond

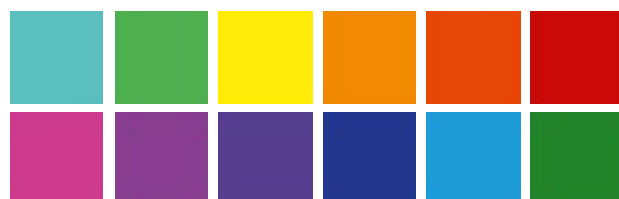


Semafor ba wysięgniku
 Materiał: dibond
 Podkonstrukcja wykonana z wygiętych elementów stalowych,

Sugerowana kolorystyka stosowana do projektowania reklam (nawiązująca do koloru elewacji), powinna zawierać słabe nasycenie kolorów



Nieprawidłowa kolorystyka, posiadająca mocne nasycenie barw.



Wizualizacja z przykładowym, poprawnym rozmieszczeniem reklam z wykorzystaniem dopuszczalnej kolorystyki.



Stan obecny kamienicy - 2017 rok, niedozwolony format reklam, nieodpowiednie materiały oraz niepoprawna kolorystyka.

Przykładowe wizualizacje zabytkowych kamienic z uporządkowanymi nośnikami reklamowymi, wykorzystanymi w odpowiedniej formie.



Secesyjna kamienica, Bochnia. ul. Tadeusz Kościuszki - 2014 roku

Elewacja frontowa zabytkowej kamienicy oszpecona przez nieuporządkowane reklamy. Reklamy głównie w formie oklejanych blach, montowanych na elewacji. Nad barem/Restauracją systemowa markiza sprzedawanego browaru. Gzymsz zasłonięty przez świąteczne dekoracje. Wszystkie obecne szyldy i reklamy, różnorodnej formy, wielkości i kolorystyki zaburzają cenną formę architektoniczną.



Wizualizacja reklam

Projektowane reklamy i szyldy zostały uporządkowane, a zróżnicowanie typografii szyldów, pozwala zachować na jej kompozycję branżową odmienną wizerunku, przy jednoczesnej spójności kamienicy jako całości.

Autor: mgr inż. Architekt Maksymilian Kobiela



Kamienica ul. Tadeusz Kościuszki - 2017 rok

Niedozwolona forma reklamy na bocznej ścianie elewacji kamienicy - zbyt jaskrawa kolorystyka, nieodpowiednie gabaryty oraz zakazany materiał z którego reklamy zostały wykonane.



Wizualizacja muralu

Propozycja stworzenia muralu o tematyce bocheńskiej zamiast szpecących, kolorowych banerów reklamowych. Dopuszczalny obszar reklamowy w pasie dolnej części kompozycji np dla sponsorów.

Przykłady niedozwolonej formy reklamy



Zakaz umieszczania nośników reklamowych na balkonach, balustradach, ścianach, niedozwolona - jaskrawa kolorystyka, zbyt duża powierzchnia zaklejenia witryny.



Zakaz umieszczania nośników reklamowych na ogrodzeniach od strony dróg publicznych i przestrzeni publicznych, murach oporowych.



Niedozwolone miejsce na reklamę, format, materiał oraz kolorystyka



Nieprawidłowe zaklejenie witryny, zbyt duża powierzchnia, nieodpowiednia jaskrawa kolorystyka, zakaz wystawiania żagli reklamowych.



Zakaz sytuowania reklam wielkogabarytowych, z wyjątkiem tymczasowych reklam remontowo – budowlanych;



Zakaz bezpośredniej ekspozycji towarów przytwierdzanych do elewacji budynków



Przykład poprawnego semafora zamontowanego na ozdobnych wysięgnikach, nawiązującego stylem, oraz kolorystyką do elewacji budynku.



Przykład zastosowania nieodpowiednich nośników reklamowych pod względem użytych materiałów, kolorystyki, usytuowania oraz stylu.



ROZDZIAŁ III

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTY I STANDARDY JAKOŚCIOWE ORAZ RODZAJE MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE

§25.1. Dla Obszarów **1,2,3,4,4a i 5** ustala się zasady i warunki sytuowania małej architektury i ogrodzeń, ich standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane:

- 1) Ustala się możliwość sytuowania obiektów małej architektury pod warunkiem zachowania dostępności przejść pieszych, tras rowerowych, dróg i przejazdów samochodowych;
- 2) Wyklucza się sytuowanie obiektów małej architektury na drogach pożarowych, dojściach do dróg pożarowych, z zachowaniem przepisów odrębnych;
- 3) Obowiązuje zakaz lokalizacji obiektów małej architektury w sposób ograniczający dostęp do hydrantów i zbiorników przeciwpożarowych oraz urządzeń przeciwpożarowych, głównych wyłączników prądu, głównych zaworów gazu.
- 4) Ustala się nakaz sytuowania obiektów małej architektury dostosowanych dla potrzeb osób niepełnosprawnych;
- 5) Ustala się nakaz dostosowania formy i skali obiektów małej architektury do charakteru krajobrazu kulturowego, wewnątrz urbanistycznych, stref ochrony konserwatorskiej, zgodnie z przepisami odrębnymi;
- 6) Całkowita wysokość obiektów małej architektury nie może przekraczać 4m, nie dotyczy istniejących pomników i kapliczek;
- 7) Na terenach parków, skwerów i zieleni urządzonej obiekty małej architektury powinny być ujednolicone i tworzyć spójną całość, dedykowaną dla przestrzeni, w której je usytuowano;

8) Ustala się nakaz wykonania obiektów małej architektury z materiałów o wysokiej wytrzymałości na uszkodzenia mechaniczne oraz uwarunkowania środowiska atmosferycznego;

9) Ustala się, aby tam gdzie to możliwe dobór form obiektów małej architektury umożliwiał ich uzupełnienie kompozycją roślinności, w tym zieleni niskiej, ozdobnej;

10) Wskazuje się materiały wykonania obiektów małej architektury w szczególności: drewno, stal, brąz, kamień naturalny oraz jego imitacje, ceramika, beton; dopuszcza się tworzywa sztuczne w kolorystyce określonej w pkt 10;

11) Ustala się kolory własne materiałów takich jak drewno, kamień, brąz, ceramika, beton, oraz inne, stonowane w szczególności odcienie beżu, brązu, zieleni, bieli i czerni oraz kolory nawiązujące do barw herbowych miasta;

12) Wyklucza się oświetlenie obiektów małej architektury światłem pulsującym, z wyjątkiem iluminacji fontann i zbiorników wodnych;

13) Podświetlenie elementów historycznych, pomników, kapliczek, placów zabaw wyłącznie światłem stałym;

14) Ustala się możliwość sytuowania dekoracji świątecznych, wyłącznie tymczasowo z dopuszczeniem ich lokalizacji na słupach infrastruktury technicznej sieci przesyłowych;

15) Na obszarze nr 1 wyklucza się lokalizację kontenerów na odzież używaną;

16) Zakaz budowy nowych ogrodzeń powyżej 2,2 m od strony dróg publicznych i miejsc publicznych;

17) Zakaz budowy nowych ogrodzeń pełnych od strony dróg publicznych i miejsc publicznych;

18) Zakaz stosowania ogrodzeń pełnych z prefabrykatów betonowych;





ROZDZIAŁ IV

PRZEPISY KOŃCOWE

§26.1. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Bochnia;

2. Uchwała wchodzi w życie po 14 dniach od jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Małopolskiego;

3. Okres dostosowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, do zasad i warunków ich sytuowania, gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane do zapisów niniejszej uchwały wynosi 12 miesięcy;

