OA.0050.6.2016

ZARZĄDZENIE NR 6/2016
BURMISTRZA JAROSLAWIA
z dnia 14.01.2016 r.

w sprawie zasad lokalizowania i kształtowania wyglądu reklam na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości oraz nieruchomościach miejskich jednostek organizacyjnych.

Na podstawie art. 30 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tj.: Dz.U.2015.1515 z późn. zm), oraz art. 25 ust.1 ustawy z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami (tj.: Dz.U.2015.1774 z późn. zm.)

zarządza się, co następuje:

§ l

1. W celu zachowania ładu przestrzennego oraz poprawy wizerunku miasta Jarosławia wprowadza się „Zasady lokalizowania i kształtowania wyglądu reklam na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości oraz nieruchomościach miejskich jednostek organizacyjnych" określone w załączniku nr l do niniejszego zarządzenia.
2. Zarządzenie nie dotyczy obszarów pasa drogowego w rozumieniu ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (tj.: Dz.U.2015.460 z późn. zm.) poza granicami Jarosławskiego Parku Kulturowego.

§ 2

1. Zgoda na umieszczenie reklamy na obiektach i terenach określonych w § l następuje w drodze decyzji administracyjnej lub pisemnej umowy, zawartej z Gminą Miejską Jarosław lub miejską jednostką organizacyjną, po uzyskaniu przez właściciela reklamy pozytywnej opinii dyrektora wydziału Geodezji i Gospodarki Mieniem Urzędu Miasta Jarosławia.
2. Opinia wydawana jest na podstawie przedłożonego projektu plastycznego wykonanego zgodnie z zasadami określonymi w załączniku nr l do zarządzenia, uwzgledniającego wymiary, kolorystykę i rodzaj użytego materiału oraz miejsce jej lokalizacji.
3. Wzór wniosku o wydanie opinii określa załącznik nr 2 do zarządzenia.
4. Na obiektach wpisanych do rejestru zabytków wymagane jest pozwolenie Podkarpackiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków. Pozwolenie zwalnia od obowiązku uzyskania pozytywnej opinii dyrektora wydziału Geodezji i Gospodarki Mieniem Urzędu Miasta Jarosławia.

§ 3

1. Umieszczanie reklam na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości oraz nieruchomościach jednostek organizacyjnych jest odpłatne, o ile umieszczanie danej reklamy nie podlega opłacie za zajęcie pasa drogowego. Wysokość opłat określa załącznik nr 3 do zarządzenia.
2. W uzasadnionych przypadkach Burmistrz Miasta może zmienić wysokość opłat.

§ 4

Postanowienia niniejszego zarządzenia nie dotyczą lokalizowania reklam imprez promujących miasto Jarosław, w szczególności artystyczno-rozrywkowych lub sportowych, organizowanych przez Urząd Miasta, pod jego patronatem lub przy jego współudziale.

§ 5

Wykonanie Zarządzenia powierza się prezesom i dyrektorom miejskich jednostek organizacyjnych oraz dyrektorom wydziałów Urzędu Miasta Jarosławia.

§ 6

Zarządzenie sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, z czego jeden egzemplarz znajduje się w sekretariacie Urzędu (rejestr zarządzeń).

§ 7

Tracą moc Zarządzenie Nr 46/2012 z dnia 15 lutego 2012 r. w sprawie określenia szczegółowych zasad rozmieszczania i kształtowania wyglądu nośników reklamowych i reklam na obiektach i terenach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości i obiektach pozostających w posiadaniu Gminy Miejskiej Jarosław oraz Zarządzenie nr 100/2012 z dnia 11 kwietnia 2012 r. w sprawie ustalenia wysokości opłat za umieszczenie nośników reklamowych i reklam na obiektach i terenach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości i obiektach pozostających w posiadaniu Gminy Miejskiej Jarosław.

§ 8

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 6/2016

Burmistrza Miasta Jarosławia z dnia 14.01.2016 r.

Zasady lokalizowania i kształtowania wyglądu reklam na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości oraz nieruchomościach jednostek organizacyjnych.

Jeżeli jest mowa o:

„ładzie przestrzennym” – należy przez to rozumieć takie ukształtowanie przestrzeni, które tworzy harmonijną całość oraz uwzględnia w uporządkowanych relacjach wszelkie uwarunkowania i wymagania funkcjonalne, społeczno-gospodarcze, środowiskowe, kulturowe oraz kompozycyjno-estetyczne;

„reklamie” – należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne;

„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;

„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;

„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.

1. Urządzenia reklamowe należy:

a) formować jednorodnie plastycznie, z uwzględnieniem indywidualnych cech architektonicznych, kulturowych i historycznych poszczególnych wnętrz i ciągów przestrzeni ogólnodostępnej,
b) utrzymać w stonowanej, jednolitej kolorystyce, gamie monochromatycznej korespondującej z otoczeniem (tłem),
c) lokalizować lub montować w taki sposób by nie niszczyły obiektów architektonicznych i nie przysłaniały widoków na obiekty ujęte w gminnej ewidencji zabytków lub obiektów będących dobrem kultury współczesnej, pomników, rzeźb i miejsc pamięci narodowej,
d) potykacze reklamowe nie powinny przekraczać wym. 90 x 60 cm, a ze zwieńczeniem ozdobnym wys. 115 cm. W celu ograniczenia ilości potykaczy, utrudniających ruch pieszych, zaleca się wystawienie maksymalnie dwóch potykaczy przy kamienicy, bez względu na ilość prowadzonych działalności (proponuje się potykacze z powierzchnią reklamową dwu lub trójdzielną, reklamujące więcej niż jednego przedsiębiorcę).

2. **Tablice reklamowe i szyldy należy:**

a) dostosować do kompozycji architektonicznej elewacji pod względem formy i rozmiaru, z uwzględnieniem osi pionowych i poziomych (wyznaczonych osiami okiennymi i drzwiowymi oraz detalami architektonicznymi: gzymsami, pilastrami, boniami itd.),
b) lokalizować w taki sposób by nie przysłaniały ozdobnych elementów architektonicznych budynków,
c) lokalizować w części parterowej – poniżej gzymsu oddzielającego parter od wyższych kondygnacji,
d) utrzymać w stonowanej, jednolitej kolorystyce, gamie monochromatycznej korespondującej z otoczeniem (tłem),
e) lokalizować w taki sposób by powierzchnie ekspozycyjne tablic wolnostojących usytuowane były prostopadle lub równolegle do elementów istniejącego zagospodarowania przestrzeni: osi jezdni, elewacji budynków, linii ogrodzenia,
f) w przypadku więcej niż jednej wolnostojącej tablicy reklamowej, lokalizować w sposób zapewnianiający ład przestrzenny – tworząc szpaler lub inną czytelną i harmonijną kompozycję (jednakowe wysokości, kąt usytuowania tablic),
g) fundamenty tablic należy zagłębić i zamaskować w gruncie (dopuszcza się fundament powyżej gruntu w formie ozdobnej, estetycznej).

……..
……..
…….....
…….....
(wnioskodawca, adres zamieszkania, tel.)

Załącznik nr 2 do Zarządzenia nr 6/2016
Burmistrza Miasta Jarosławia z dnia 14.01.2016 r.

……..……
(miejscowość, data)

BURMISTRZ MIASTA JAROSŁAWIA
Rynek 1, 37-500 Jarosław

WNIOSEK
o wydanie opinii w sprawie formy i lokalizacji reklamy
na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości
oraz nieruchomościach jednostek organizacyjnych

Wnoszę o wydanie opinii w sprawie formy i lokalizacji reklamy:

……
……
……
……
……...

(należy wskazać rodzaj reklamy, miejsce lokalizacji – adres)

W załączeniu przedkładam:
1. Projekt reklamy z uwzględnieniem wymiarów, kolorystyki, techniki wykonania (graficzny i opisowy).
2. Szkic sytuacyjny lub dokumentacja fotograficzna ze wskazaniem miejsca lokalizacji reklamy.
3. W przypadków nośników reklamowych wolnostojących projekt reklamy (jak w pkt. 1) ze wskazaniem lokalizacji na kopii mapy zasadniczej.

……..
(podpis)

Załącznik nr 3 do Zarządzenia nr 6/2016
Burmistrza Miasta Jarosławia z dnia 14.01.2016 r.

Zasady ustalania wysokości opłat za reklamy na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości oraz nieruchomościach miejskich jednostek organizacyjnych.

1. Umieszczanie reklam i urządzeń reklamowych jest odpłatne według określonych zasad:

WYSOKOŚĆ OPŁAT ROCZNYCH ZA REKLAMĘ ZA 1M^2	
STREFA I	STREFA II
300 zł	**250 zł**

STREFA I – nieruchomości położone w granicach Jarosławskiego Parku Kulturowego określone Uchwałą Rady Miasta Jarosławia Nr 542/XLVIII/09 z dnia 23.03.2009 r.

STREFA II – nieruchomości poza granicami Jarosławskiego Parku Kulturowego, w granicach administracyjnych miasta.

2. Powierzchnie reklamy o kształcie nieregularnym przyjmuje się jako powierzchnie prostokąta, w którym mieści się reklama.

3. Za szyldy o wielkości maksymalnej 0,25 m^2 opłat nie pobiera się.

Uzasadnienie

W związku z reorganizacją struktury Urzędu Miasta oraz nową ustawą o zmianie niektórych ustaw w związku z ochroną krajobrazu kulturowego zmienia się zarządzenie w sprawie zasad lokalizowania i kształtowania reklam. Nowa ustawa definiuje pojęcia „reklamy", „urządzenia reklamowego" i „szyldu", co skutkuje koniecznością zweryfikowania dotychczasowych zarządzeń związanych z kształtowaniem wyglądu i lokalizacją reklam, a także opłat za reklamy na nieruchomościach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości. Celem zarządzenia jest zachowanie ładu przestrzennego oraz poprawa wizerunku miasta Jarosławia.