

UCHWAŁA NR .../....
RADY MIEJSKIEJ RUMI
z dnia

**w sprawie uchwalenia zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Rumi 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 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2026 poz. 538 ze zm.) oraz art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2026 r. poz. 662 ze zm.), uchwala się, co następuje:

Rozdział 1
Ustalenia ogólne

§ 1. 1. Uchwala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Rumi, obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej „uchwałą krajobrazową”.

2. Niniejsza uchwała określa:

- 1) 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;
- 2) zasady i warunki sytuowania szyldów, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność;
- 3) warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych;
- 4) zakazy sytuowania ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów;

- obowiązujące na obszarze Gminy Miejskiej Rumi (zwanej dalej: „miastem”), z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych w drodze decyzji przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

§ 2. Przepisów uchwały nie stosuje się do:

- 1) plakatów i haseł wyborczych oraz urządzeń ogłoszeniowych ustawianych w celu prowadzenia agitacji wyborczej, w okresach i na zasadach określonych w Kodeksie wyborczym; uchwałę stosuje się po 30 dniach ustanowionych do ich usunięcia;
- 2) informacji umieszczanych na drzwiach dotyczących wyłącznie godzin otwarcia lokalu o maksymalnej powierzchni 0,15 m²;
- 3) Systemu Informacji Miejskiej;
- 4) tablic informacyjnych wymienionych w §5 ust.2 pkt.41);

5) urządzeń reklamowych i tablic reklamowych będących realizacją obowiązku nałożonego przepisami prawa.

§ 3. 1. Ustala się podział miasta na obszary oznaczone symbolami literowymi od A do C, dla których ustala się różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Są to następujące trzy obszary:

- 1) PROMOCJI REKLAMOWEJ, oznaczony symbolem „A”, obejmujący tereny zabudowane o dominującej funkcji przemysłowej i usługowej, w tym fragment projektowanej Obwodnicy Północnej Aglomeracji Trójmiejskiej (OPAT) wraz z dwoma węzłami z ul. Żołnierzy I Dywizji WP (Węzeł „Lotnisko”) i z ul. Dębogórską (węzeł „Dębogórze”);
- 2) TONOWANIA REKLAM, oznaczony symbolem „B”, obejmujące tereny o dominującej funkcji mieszkaniowej i usługowej, w tym również strefy zakazu sytuowania reklam nie będących szyldami, do których należą:
 - a) strefy objęte ochroną w zakresie walorów kulturowych,
 - b) strefy objęte ochroną w zakresie walorów przyrodniczo krajobrazowych,
 - c) strefy „presji reklamowej”, obejmujące wyróżnione przestrzenie publiczne układu komunikacyjnego: ul. Sobieskiego, ul. Grunwaldzka i część ul. Żołnierzy I Dywizji Wojska Polskiego wraz z wybranymi przyległymi terenami, stanowiącymi dopełnienie przestrzenne pasów drogowych wyznaczonych ulic;
- 3) CISZY REKLAMOWEJ, oznaczony symbolem „C”, ochrony ekspozycji walorów przyrodniczo krajobrazowych, położonych w Trójmiejskim Parku Krajobrazowym (TPK).

2. Granice obszarów strukturalnych ustala się zgodnie z opisem w załączniku nr 1 oraz na podstawie jednoznacznych punktów odniesienia (nr działek, ulice, granice administracyjne). Przebieg granic określa również rysunek pt. Strukturalizacja miasta Rumi, stanowiący załącznik nr 2. Za rozstrzygnięcie uważa się opisy zawarte w załączniku nr 1.

3. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami ustala się wspólne zasady i warunki ich sytuowania, jednakowe dla całego obszaru miasta Rumia, niezależnie od podziału strukturalnego miasta na obszary.

§ 4. 1. Integralną częścią niniejszej uchwały są:

- 1) opis granic podziału na obszary strukturalne, stanowiący załącznik nr 1 do uchwały;
- 2) rysunek podziału miasta na obszary strukturalne, stanowiący załącznik nr 2 do uchwały;
- 3) rozstrzygnięcie przez Radę Miejską Rumi o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Rumi, wniesionych do projektu uchwały wyłożonego do publicznego wglądu, stanowiący załącznik nr 3 do uchwały.

§ 5. 1. Pojęcia, użyte w uchwale, zdefiniowane w innych przepisach to: obiekt małej architektury, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld.

2. Pojęcia zdefiniowane w niniejszej uchwale zawierają, między innymi, wykaz urządzeń i tablic reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, mogących wystąpić na obszarze miasta, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. W zakresie niezdefiniowanym w niniejszej uchwale, użyte pojęcia należy rozumieć zgodnie z właściwymi przepisami prawa powszechnie obowiązującego. Definicje pojęć użytych w niniejszej uchwale, z zastrzeżeniem innych ustaleń szczegółowych, zawartych w kolejnych rozdziałach uchwały, są następujące:

1) ażurowe ogrodzenie – ogrodzenie z elementów przeziernych, tworzących wzór lub rytm z otworów, zajmujących co najmniej 25% powierzchni ogrodzenia; dokonywanie pomiaru stopnia ażurowości zgodnie z §5 ust.4 pkt 5);

2) baner reklamowy – tablica reklamowa, inna niż flaga lub proporzec, wykonane z tkaniny, tekstyliów, winylu lub innego miękkiego materiału, zawierająca elementy umożliwiające ich zamocowanie, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy, o formacie nie większym niż duży, określonym w pkt. 11);

3) baner reklamowy sprzedaży lub najmu nieruchomości - zgodny z definicją z pkt 2), promujący jedynie ofertę sprzedaży lub najmu nieruchomości, sytuowany tylko na terenie nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące;

4) billboard – tablica reklamowa z jednostronną lub dwustronną tablicą reklamową, z możliwością podświetlenia tablicy o formacie nie większym niż duży, posadowioną na wspólnej konstrukcji nośnej, na jednym słupie pionowym/prostym, trwale związany z gruntem fundamentem pod naturalnym poziomem terenu, z tablicą w układzie poziomym, umieszczoną na słupie po środku powierzchni służącej ekspozycji reklamy, o łącznej wysokości nie niższej niż 6,0 m i nie wyższej niż 8,0 m;

5) citylight – podświetlona, przeszklona tablica reklamowa o wymiennej ekspozycji, jako wolnostojące, naścienne lub zintegrowane z wiatą przystankową, służące do zamieszczania plakatów, w tym przewijanych plakatów oraz elektronicznych plakatów, o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m lub 1,4 m x 2,4 m oraz o całkowitej wysokości wraz z elementami konstrukcyjnymi nie wyższej niż 3,0 m;

6) detal architektoniczny – element architektonicznego wykończenia budynku, pełniący rolę użytkową i estetyczną, stanowiący jedną z części formy architektonicznej, która może stanowić element konstrukcji, podkreślać strukturę budynku lub jego elementy przestrzenno-konstrukcyjne, na przykład akcentować miejsca o szczególnej randze takie jak wejście do budynku; w odniesieniu do elementu historycznego wystroju elewacji budynku zabytkowego, a także do wszystkich elementów dekoracyjnych obiektu budowlanego, detal architektoniczny należy rozmieścić w szczególności jako dekorację rzeźbiarską i malarską elewacji, gzymsy, fryzy, pilastry, boniowanie, balustrady, ceglane detale elewacyjne oraz krawędzie lizen i blend, ozdobną stolarkę lub ciesielkę, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, ozdobnego zróżnicowania jego faktury lub kolorystyki;

7) ekran – tablica reklamowa świetlna, służąca prezentacji informacji wizualnej o zmiennej treści, w szczególności w technice wyświetlania obrazu TFT LCD lub przy użyciu technik bezpośredniej emisji światła, np. ekran LED, o mocy i sposobie świecenia

według regulacji zawartych w ustawach prawo o ruchu drogowym i o drogach publicznych oraz innych przepisach odrębnych;

8) elementy wygrodzeniowe – elementy, służące czasowemu wyznaczeniu przestrzeni, np. ogródka gastronomicznego lub terenu, na którym odbywa się wydarzenie, niezwiązane na stałe z gruntem, w szczególności: donice z zielenią, pachołki, słupki, barierki, itp.;

9) falbana - pozioma podwieszona dekoracja z tkaniny o wysokości do 30 cm z materiału, z którego wykonane jest przekrycie np.: parasol ogrodowy, markiza, przekrycie namiotowe, występująca jako nośnik reklamy;

10) flaga lub proporzec – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym o maksymalnej wysokości do 6 m, na słupie oświetleniowym, na wysięgniku lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej lub jako reklama okolicznościowa; sytuowanie masztów nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie w granicach jednej nieruchomości;

11) format tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – należy przez to rozumieć wielkości powierzchni ekspozycyjnych, zawierające się w przedziałach:

- a) drobny – do 0,1 m²,
- b) mały – powyżej 0,1 m² do 1,25 m² włącznie,
- c) średni – powyżej 1,25 m² do 4,0 m² włącznie,
- d) duży – powyżej 4,0 m² do 12,0 m² włącznie.

Przy czym uznaje się za zgodne z uchwałą, tablice reklamowe lub urządzenie reklamowe, których w dniu wejścia w życie uchwały, powierzchnia ekspozycyjna jest większa o maksymalnie 5%, od ustalonej w uchwale;

12) gablota – urządzenie reklamowe sytuowane na elewacji budynku lub wolnostojące, jedno lub dwustronne, trwale związane z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, w formie nie większym niż średni;

13) grafika reklamowa – napis lub znak graficzny bez tła wykonany techniką malarską bezpośrednio na elewacji budynku lub budowli;

14) kaseton – urządzenie reklamowe w formie prostopadłościennej, zamkniętej konstrukcji, jedno- lub dwustronnego, z płaską lub przestrzenną grafiką, z podświetleniem lub bez, zamocowane do elewacji budynku lub na jego dachu, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą;

15) litera lub logotyp stosowane w reklamie, jako znaki:

- a) przestrzenne np. cięte, odlewane lub formowane w inny sposób,
- b) płaskie np. malowane, наносzone bezpośrednio na nośnik;

16) markiza – rozpięta na stelażu tkanina lub inne tekstylia, sytuowana na elewacji w parterze budynku, nad otworami okiennymi lub drzwiowymi, występująca jako nośnik reklamy, mogący zawierać wkomponowane treści reklamowe, o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 30% powierzchni markizy;

17) model przestrzenny – urządzenie reklamowe w formie figuratywnego przedstawienia danego przedmiotu lub postaci w dowolnej skali, umieszczone w przestrzeni lub taki przedmiot użytkowy, który nie pełni przypisanej mu pierwotnie funkcji, lecz nie jest wyższy niż 1,5 m;

- 18) naklejka, tabliczka – tablica reklamowa, sytuowana bezpośrednio na przeszkleniu, na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub od strony okienka sprzedażowego, w formacie nie większym niż drobny;
- 19) neon – konturowa forma plastyczna, wykonana z użyciem rurek jarzeniowych;
- 20) nośnik pneumatyczny – urządzenie reklamowe dmuchane w formie balonu, dmuchanej bramy, airwall’a, na którym mogą być umieszczone tablice reklamowe w formacie nie większym niż duży;
- 21) nośnik reklamy – obiekt lub miejsce na obiekcie, na którym sytuowane jest urządzenie reklamowe lub tablica reklamowa, w szczególności: elewacja budynku, elementy wchodzące w skład ogródka gastronomicznego, elementy wygradzeniowe, falbana, markiza, nośnik pneumatyczny, obiekty małej architektury, leżak, urządzenia sportowe rehabilitacyjne, rekreacyjne i towarzyszące imprezom okolicznościowym, siatka ochronna elewacyjna, szyba wystawowa itp.;
- 22) ogródek gastronomiczny – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych, zawierające wyposażenie niezbędne dla prowadzonej działalności gastronomicznej;
- 23) pole szyldowe – zorientowany poziomo fragment elewacji w pasie międzykondygnacyjnym, na poziomie kondygnacji zawierającej witrynę, położony pomiędzy najwyżej położoną krawędzią otworu drzwiowego lub okiennego, a krawędzią okien kolejnej kondygnacji, dolną krawędzią balkonu, gzymsem, a w przypadku ich braku, zwieńczeniem albo linią dachu na tej samej elewacji, wkomponowany pomiędzy detale architektoniczne jeżeli znajdują się na elewacji;
- 24) pylon – wolnostojące, pionowe urządzenie reklamowe, służące ekspozycji reklam, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, na którym dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednej tablicy reklamowej, do którego zalicza się:
- a) pylon cenowy – informujący o cenach obowiązujących, może być zwieńczony szyldem
 - b) pylon zbiorczy – eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe w równych odstępach od siebie, w sposób jednorodny w zakresie materiału i formatu, nie większego niż drobny, informacji o działalności prowadzonych na nieruchomości;
 - c) pylon wejściowy/wjazdowy – zlokalizowany w pobliżu wejścia/wjazdu do lokalu lub na teren nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, na którym możliwe jest usytuowanie szyldu głównego oraz wskazanie kierunku wjazdu;
- 25) reklama drobna – tablica reklamowa na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych, na falbanie, na markizie, na urządzeniu sportowym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, na parkometrach, na bankomatach, na biletomatach, na paczkomatach, w formie naklejek, tabliczek, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, o powierzchni ekspozycji nie większej niż w formacie drobnym;
- 26) reklama mobilna – należy przez to rozumieć tablicę reklamową umieszczoną na pojazdach lub przyczepach służących funkcji reklamowej;
- 27) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu budowlanego wraz z opisem lub reklamą produktów lub usług związanych z projektowaniem i realizacją inwestycji zlokalizowanej na grodzonym terenie;

- 28) reklama okolicznościowa – reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, religijnego, związanego ze współpracą z miastami partnerskimi itp., dotycząca wydarzenia, organizowanego na obszarze miasta Rumia lub innego miasta partnerskiego, sytuowana na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 2 tygodnie przed wydarzeniem i 1 dzień po wydarzeniu, do której zaliczają się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wymienione w §5 ust. 2, oprócz nośnika pneumatycznego, reklamy na namiocie lub na stoisku promocyjnym, które mogą być sytuowane tylko na czas trwania wydarzenia; wyjątek dotyczy zbiorczych informacji o imprezach odbywających się cyklicznie lub planowanych w okresie letnim od czerwca do sierpnia, dla których reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, sytuowana jest na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 2 miesiące przed wydarzeniem i 1 dzień po wydarzeniu;
- 29) reklama na rusztowaniu – w formie tablicy reklamowej, jedynie w przypadku prowadzonych robót budowlanych na elewacjach i sytuowana na czas wykonywania tych robót, lecz na czas nie dłuższy niż 3 lata, w ilości nie większej niż jedna na elewację i w formie nie większym niż średni;
- 30) reklama na siatce ochronnej elewacyjnej – tablica reklamowa, która stanowi upowszechnienie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne, umieszczona jedynie w przypadku prowadzonych robót budowlanych na elewacjach i sytuowana na czas wykonywania tych robót budowlanych, nie dłuższy niż 3 lata, w dowolnym formacie;
- 31) reklama sygnująca – tablica reklamowa sytuowana w dowolnym miejscu na budynku lub na obiekcie małej architektury, zawierająca jedynie informacje o autorze, inwestorze, firmie projektującej, budowlanej realizującej obiekt, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych;
- 32) reklama wyjazdowa i wjazdowa miasta – przydrożne urządzenia reklamowe informujące o wjeździe do miasta lub wyjeździe z miasta, w formie pylonów, o maksymalnej wysokości do 5,0 m, służące promocji miasta;
- 33) słup ogłoszeniowy – urządzenie reklamowe w formie pionowego walca lub graniastosłupa, o wysokości nie większej niż 4,00 m i szerokości nie większej niż 1,80 m służące do umieszczania ogłoszeń, plakatów;
- 34) strefa ekspozycji – obszar ochrony przedpola ekspozycji widokowej elementów krajobrazu kulturowego;
- 35) System Informacji Miejskiej – jednolity system informacji obejmujący tablice, znaki informacyjne i przestrzenne nośniki informacji stanowiące elementy systemu informacji ulicowej, adresowej, kierunkowej oraz turystycznej;
- 36) szyld główny – szyld z nazwą obiektu lub głównej lub wybranej działalności prowadzonej na danej nieruchomości / w budynku;
- 37) szyld na szybie – sytuowany bezpośrednio na przeszkloną witrynę, drzwi lub okno lokalu, np. w formie wyklejki, naklejki, tabliczki, liter lub logotypu;
- 38) szyld przyległy – sytuowany równolegle do nośnika reklamy, w odległości nie większej niż 0,2 m lub bezpośrednio sytuowany na nośniku reklamy; całkowita grubość szyldu, tj. urządzenia reklamowego razem z elementami konstrukcyjnymi, nie większa niż 20 cm;

- 39) szyld semaforowy – wywieszka uliczna, mocowana prostopadle, bezpośrednio do fasady budynku pionowo lub poziomo;
- 40) szyld wizytówkowy – szyld usytuowany równolegle do płaszczyzny, inny niż szyld główny i szyld przyległy, najczęściej zgrupowany z innymi szyldami wizytówkowymi usytuowanymi w obrębie jednej płaszczyzny, w sposób modułowy, z uwzględnieniem jednolitych zasad, wymiarów, odstępów między nimi, tła, wyrównania treści w szczególności zawierający dane identyfikacyjne działalności lub informacje o godzinach otwarcia, przyjęć, rejestracji itp.;
- 41) tablica informacyjna – należy przez to rozumieć tablicę reklamową stanowiącą wyłącznie element informacji turystycznej, przyrodniczej lub porządkowej, w szczególności system informacji miejskiej, a także tablice informujące o realizacji inwestycji współfinansowanych ze środków publicznych, w tym informujących o podmiotach i kwotach wynikających z tych dofinansowań;
- 42) totem – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe w formie słupa, zwieńczonego reklamą, w formie logotypu przestrzennego, tablicy reklamowej, litery przestrzennej, kasetonu;
- 43) urządzenie grupujące szyldy – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, eksponujące modułowo rozmieszczone szyldy, usytuowane równolegle na ścianie budynku albo równolegle na ogrodzeniu, stosowane w budynku lub na nieruchomości, posiadającej wspólne dla wszystkich działalności wejście lub wjazd;
- 44) winder – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie pionowym, rozpięta na maszcie o maksymalnej wysokości do 3,5 m, niezwiązany trwale z gruntem; sytuowanie nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie w granicach jednej nieruchomości;
- 45) witacz wejściowy – przenośne urządzenie reklamowe, w formie gabloty lub tablicy reklamowej umieszczonej: na pulpicie, na stojaku, na sztaludze lub na płocie przeznaczona do ekspozycji menu lub innych informacji, dotyczących świadczonych usług, z reklamą bieżącej oferty lub informujące o prowadzonej działalności, sytuowane przy wejściu do lokalu, którego działalność dotyczy, o powierzchni ekspozycyjnej w formacie nie większym niż mały;
- 46) witryna – okno wystawowe, gablota pełniąca rolę okna, oraz inne zewnętrzne przegrody szklane lokalu, w którym prowadzona jest działalność (np. ściana szklana, portfenetry, drzwi szklane), służące często do eksponowania danej usługi;
- 47) wydarzenie okolicznościowe – należy przez to rozumieć wydarzenia kulturalne, sportowe, społeczne, religijne, szkolne lub targowe odbywające się na terenie miasta;
- 48) wyklejka – rodzaj reklamy wyklejanej na przeszkloną witrynę lub okno lokalu, o formacie stanowiącym pokrycie maksymalnie do 30% szyby dla szyldów i pokrycie maksymalnie do 10% dla reklamy nie będącej szyldem, z wyjątkiem 100% powierzchni przeszklenia, dopuszczonej dla reklamy sprzedaży lub najmu nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące; za przeszklenie witryny lub okna lokalu uważa się również przeszklenia nieprzeźierne, dla których zastosowano np. szkło mrożone, matowe, przydymione redukujące promieniowanie słoneczne.

3. Widoczność elementów konstrukcyjnych nowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy ograniczyć w szczególności poprzez ukrycie ich w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w tablice reklamową lub urządzenie reklamowe.
4. Zasady dokonywania pomiarów są następujące:
 - 1) wysokość znaku:
 - a) dla liternictwa jest to wysokość litery wielkiej,
 - b) dla pozostałych znaków jest to wysokość największego znaku;
 - 2) odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi, sytuowanymi przy drodze, nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi;
 - 3) urządzenia reklamowe i tablice reklamowe powinny mieścić się wraz ze wszystkimi ich elementami, w wyznaczonych odległościach;
 - 4) odległość lub wysokość mierzona względem elementów lub względem określonych punktów w przestrzeni lub pomiędzy poszczególnymi tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, stanowi najkrótszy odcinek liczony od najbliższego punktu najbardziej zewnętrznego istniejącego elementu lub każdej z istniejących tablic lub urządzeń reklamowych do najbliższego punktu najbardziej zewnętrznego kolejnej tablicy lub urządzenia reklamowego;
 - 5) stopień ażurowości (przezierności) ogrodzenia (A) ($A=Pp/Pc*100\%$) jest stosunkiem procentowym powierzchni przeziernej (Pp) do powierzchni całkowitej (Pc) mierzonej po obrysie ogrodzenia. Do przezierności wlicza się elementy konstrukcyjne ogrodzenia takie jak części wystającej fundamentów i słupów.

§ 6. 1. Zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej, w zakresie wszelkich działań inwestycyjnych dotyczących obiektów wpisanych do rejestru zabytków województwa pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych, podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami, a w przypadku sprzeczności uchwały z przepisami ustaw, zastosowanie mają przepisy ustawowe.

2. Na obszarze miasta Rumi, w wyznaczonych strefach ochrony w zakresie walorów kulturowych, występują następujące obiekty i obszary o wartościach historyczno-kulturowych objęte ochroną konserwatorską:

- 1) wpisane do rejestru zabytków województwa pomorskiego
 - a) ruina kościoła z cmentarzem katolickim – decyzja nr 1288 z dnia 16.10.1989 r. (dawny numer rejestru województwa gdańskiego 1062),
 - b) kościół parafialny pw. Krzyża Świętego (obecnie pw. Podwyższenia Krzyża Świętego) wraz z historycznym ogrodzeniem, furtkami, bramami, starodrzewem oraz terenem działki ewidencyjnej nr 80, obr. 0007 – dec. Nr 2012 z dnia 05.07.2023 r.;
- 2) ujęte w gminnej i wojewódzkiej ewidencji zabytków, w tym historyczny układ ruralistyczny Rumi;
- 3) wyznaczone w SUiKZP oraz w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

3. Ustala się następujące zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej:

1) zakazuje się sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, nie będących szyldami:

- a) na obiektach i obszarach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych,
- b) na pomnikach, dziełach plastycznych z wyjątkiem reklam przyległych sygnujących,
- c) na terenach cmentarzy, miejsc kultu religijnego, na pomnikach przyrody,
- d) na terenach parków oraz terenach wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zieleni urządzonej, oprócz reklam związanych z imprezami okolicznościowymi, organizowanymi przez miasto;

4. Zasady sytuowania szyldów na obiektach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami oraz następującym ustaleniom:

1) dopasowania kompozycyjnego kształtu, wielkości, kolorystyki, sposobu oświetlenia do detali architektonicznych budynków, z zakazem:

- a) przesłaniania detalu, w tym: gzymsów, fryzów, balustrad w szczególności: schodów, balkonów, loggii, tarasów, boniowania, sztukaterii, ozdobnego zróżnicowania faktury tynków, okładzin kamiennych, ceramicznych i innych elementów historycznego wystroju budynku,
- b) zaburzania porządku i układu kompozycyjnego obiektu; dopasowanie sytuowania szyldu do: świateł otworów okiennych i drzwiowych, pionowych i poziomych podziałów elewacji, wyznaczonych: detalem architektonicznym lub widocznymi elementami konstrukcyjnymi,
- c) stosowania materiałów odbijających światło dzienne w sposób mogący powodować efekt olśnienia,

2) nad otworami okiennymi i drzwiowymi zwieńczonymi łukami, dopuszcza się sytuowanie szyldów przyległych wyłącznie w formie liter przestrzennych, liter bez tła, znaków graficznych bez tła.

5. Zachowanie istniejących ogrodzeń i możliwość sytuowania odtworzonych ogrodzeń zabytkowych w zespole zabytkowym i na nieruchomości, na której znajduje się zabytek, na podstawie zachowanych przekazów historycznych, według indywidualnych zasad, wynikających z rekonstrukcji ogrodzenia, dla których nie obowiązują ustalenia zawarte w niniejszej uchwale;

6. Zasady sytuowania małej architektury w zespole zabytkowym i na nieruchomości, na której znajduje się zabytek:

- 1) dostosowanie formy architektonicznej i kolorystyki obiektów małej architektury do istniejącego historycznego zagospodarowania;
- 2) stosowanie tradycyjnych materiałów budowlanych w obiektach małej architektury: cegła ceramiczna, kamień naturalny, drewno, metal, tynk mineralny, szkło;
- 3) ujednolicenie form architektonicznych obiektów małej architektury w obrębie zespołu zabytkowego.

§ 7. 1. Zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony krajobrazu.

2. Na obszarze miasta Rumi występują następujące obszary i strefy ochrony walorów przyrodniczo krajobrazowych, wyznaczone na podstawie przepisów odrębnych:

1) Trójmiejski Park Krajobrazowy (TPK), położony w wyznaczonej strukturze miasta w Obszarze C,

a) zasady ochrony krajobrazu wynikające z planu ochrony TPK:

- zakaz sytuowania reklam okolicznościowych, w tym banerów reklamowych,
- zakaz sytuowania reklam i szyldów LED,
- zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami w obrębie stref ochrony konserwatorskiej,
- zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych będących szyldami o powierzchni ekspozycyjnej większej niż 2 m² w obrębie stref ochrony konserwatorskiej,

2) Krajobraz Priorytetowy, położony w wyznaczonej strukturze miasta w Obszarze B i C,

a) elementy ochrony krajobrazu wynikające z Audytu Krajobrazowego województwa pomorskiego:

- punkt widokowy o pełnej panoramie,
- dominanta krajobrazowa – obiekt,
- akcent krajobrazowy,
- granice krajobrazu priorytetowego,

b) zasady ochrony krajobrazu wynikające z Audytu Krajobrazowego województwa pomorskiego:

- dostosowanie skali i formy obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego i wnętrza krajobrazowych w zakresie kolorystyki i rozwiązań materiałowych,
- nielocalizowanie wolnostojących nośników reklamowych, umieszczanych w sposób przesłaniający obiekty o wartościach kulturowych lub walory krajobrazowe;

3) elementy przyrodniczo krajobrazowe miasta Rumi:

a) wyznaczone w prawie lokalnym:

- rezerwat przyrody Dolina Zagórskiej Strugi,
- planowany zespół przyrodniczo krajobrazowy „Szmelta”,
- korytarz ekologiczny Zagórskiej Strugi,

b) tereny zieleni miejskiej w tym: cmentarze, parki, skwery, zieleńce i różne inne formy zieleni urządzonej,

c) ogródki działkowe.

3. Ogólne zasady ochrony krajobrazu:

1) zakazuje się w strefach ochrony walorów kulturowych i przyrodniczo krajobrazowych sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych nie będących szyldami, z uwzględnieniem dopuszczeń, określonych dla tych stref, zawartych w przepisach odrębnych i w ustaleniach szczegółowych dla obszaru „B”; w przypadku sprzeczności uchwały z przepisami ustaw, zastosowanie mają przepisy ustawowe;

2) nakazuje się zapewnienie przedpola ekspozycji obiektom i zespołom zabytkowym, wymienionym w §6 ust. 2, zgodnie z zasadami ochrony zabytków, ujętymi w przepisach odrębnych, oraz z uwzględnieniem ustaleń zawartych w §7 ust.2 pkt.2) lit.b) tiret pierwsze;

3) nakazuje się redukcję barier przestrzennych poprzez sytuowanie:

- a) obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi,
 - b) obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni;
- 4) nakazuje się zachowanie odległości przy sytuowaniu tablic reklamowych, urządzeń reklamowych:
- a) nie mniejszej niż 10,0 m pomiędzy tablicą reklamową lub urządzeniem reklamowym wolnostojącym z tablicą reklamową małego formatu a urządzeniami reklamowymi: pylon wejściowy/wjazdowy, gabłota, flaga, proporzec, winder lub rząd flag, proporców, winderów,
 - b) nie mniejszej niż 35,0 m pomiędzy urządzeniami z tablicą reklamową średniego formatu: billboardem, ekranem świetlnym, gabłotą totemem, a urządzeniami z tablicą reklamową średniego formatu: billboardem, pylonem lub totemem, dużego formatu: billboardem,
 - c) nie mniejszej niż 70,0 m pomiędzy słupem ogłoszeniowym, a billboardem, słupem ogłoszeniowym, pylonem lub totemem,
 - d) nie mniejszej niż 100,0 m pomiędzy billboardami z tablicą reklamową formatu dużego,
 - e) minimalna odległość między tablicami reklamowymi: plakat, naklejka, tabliczka, formatu nie większego niż średni, nie będących szyldami, sytuowanymi na elewacji budynku, nie mniejsza niż wysokość lub szerokość większej z analizowanych tablic reklamowych; ustalona odległość nie dotyczy sytuowania na nośnikach takich jak: słup ogłoszeniowy i wiata przystankowa.

§ 8. Standardy jakościowe w zakresie warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ustala się zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami standardów jakościowych, dotyczących w szczególności:

- 1) standardów technicznych i bezpieczeństwa w zakresie trwałego zamocowania;
- 2) kompletności i trwałości wyposażenia;
- 3) walorów estetycznych w zakresie jakości użytych materiałów i utrzymania ich w czystości.

Rozdział 2

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe – ustalenia ogólne dla obszaru całego miasta

§ 9.1. Na terenie miasta zakazuje się sytuowania innych typów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niż określone w niniejszej uchwale.

2. W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem innych przepisów zawartych w uchwale:

- 1) zakazuje się:
 - a) mocowania do balkonów, balustrad, rynien, z wyłączeniem banerów reklamowych sprzedaży nieruchomości,

- b) mocowania na drzewach, pergolach śmietnikowych oraz obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej innych niż słupy oświetleniowe,
- c) przesłaniania tablicami i urządzeniami reklamowymi innymi niż banery reklamowe sprzedaży nieruchomości i reklamowe siatki ochronne montowane wyłącznie na okres budowy lub modernizacji, detali architektonicznych, oraz otworów okiennych, drzwiowych, przeszkleń nie będących witrynami;
- d) przesłaniania obiektów wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w gminnej ewidencji zabytków,
- e) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zawężający chodniki i ciągi piesze do szerokości mniejszej niż 2,0 m,
- f) sytuowania szyldów semaforowych i szyldów głównych nad wejściem na teren ogródka gastronomicznego na wysokości mniejszej niż 2,4 m mierząc od poziomu terenu bezpośrednio pod szyldem do dolnej krawędzi szyldu;
- g) przesłaniania szyldami, usytuowanymi na elewacji lub ogrodzeniu, detali architektonicznych, z wyłączeniem szyldów neonowych i znaków bez tła oraz przesłaniania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,
- h) sytuowania szyldów na budynkach w odległości mniejszej niż 0,5 m od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz nazw ulic;
- i) sytuowania reklam nie będących szyldami:
 - na automatach przechowujących przesyłki,
 - w strefach ochrony walorów kulturowych i przyrodniczo krajobrazowych oraz na pozostałych terenach, wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, jako tereny zieleni urządzonej, oprócz reklam okolicznościowych,
 - reklamy mobilnej, na pojazdach zaparkowanych na terenie miasta, widocznych w przestrzeni publicznej; zakaz dotyczy pojazdów służących wyłącznie funkcji reklamowej, takich jak przyczepa lub inne pojazdy bez silnika, dostosowanych jedynie do sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych;

2) nakazuje się:

- a) sytuowanie szyldów z przestrzeganiem zasad ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków,
- b) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, wyśrodkowanie względem otworów okiennych lub drzwiowych, detalu architektonicznego lub osi kompozycyjnej elewacji,
- c) sytuowanie całości fundamentu reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem pod poziomem terenu,
- d) w przypadku sytuowania w jednym polu szyldowym kilku kasetonów wyrównać wysokość kasetonów oraz usytuowanie w jednej linii poziomej,
- e) stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie,
- f) sytuowanie szyldów z przestrzeganiem zasad ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków, według ustaleń zawartych w §6,
- g) ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych;

- 3) dopuszcza się:
- a) podświetlenie i doświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oświetleniem o stałej intensywności i barwie białej,
 - b) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w pasach drogowych ulic zgodnie z zasadami określonymi w niniejszej uchwale i zgodnie z przepisami odrębnymi,
 - c) w przypadku gdy wejście do lokalu usługowego z zewnątrz znajduje się w suterenie lub w piwnicy, przepisy dotyczące szyldów określone dla lokali sytuowanych w parterze, obowiązują także dla tych kondygnacji i lokali; dopuszcza się sytuowanie szyldów na zadaszeniach wejść do suterenu lub piwnicy, na furtce, na łuku nad zejściem do lokalu,
 - d) dopuszcza się bez ograniczeń szyldy wymagane przepisami odrębnymi;
- 4) dopuszcza się bez dodatkowych ograniczeń takie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, które:
- a) informują o inwestycjach, prowadzonych ze środków publicznych, o ile nie przykrywają one otworów w elewacji ani dekoracji architektonicznej i nie przekraczają powierzchni ekspozycyjnej formatu średniego,
 - b) sytuowanych na podstawie przepisów odrębnych.
3. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe muszą spełniać warunki przepisów odrębnych, w tym ustawy o drogach publicznych, powinny być wykonane i utrzymywane w stanie kompletnym i spełniającym warunki bezpieczeństwa.

Rozdział 3

Szyldy – zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całego miasta.

§ 10. 1. Szczegółowe zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, w odniesieniu do rodzajów szyldów wymienionych w uchwale:

- 1) maksymalna, łączna liczba szyldów, sytuowanych na terenie nieruchomości przez jeden podmiot prowadzący działalność: nie może przekraczać ilości 10 sztuk, a dla szyldów sytuowanych w strefach objętych ochroną walorów kulturowych nie może przekraczać ilości 3 sztuk, według zasad sytuowania dla poszczególnych rodzajów szyldów wymienionych w uchwale:
 - a) na budynek:
 - jeden szyld główny na każdą elewację budynku z ogólnodostępnym wejściem do budynku, na każdą elewację narożnej witryny lub od strony witryny lub od strony ulicy,
 - dodatkowo jeden szyld semaforowy i dwa dodatkowe szyldy w formie flag,
 - dodatkowo jeden szyld przyległy w dowolnym miejscu na budynku, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych dla usługi zlokalizowanej w całym budynku,
 - b) na lokal:
 - jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie, usytuowany na każdej elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny,

- jeden szyld semaforowy na każdą elewację z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny,
- jeden szyld wizytówkowy pojedynczy lub zbiorczy przy każdym funkcjonującym wejściu do budynku dla każdego podmiotu zajmującego lokal lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz lub na niezastrakowanych fragmentach ogrodzenia lub na pylonie zbiorczym sytuowanym w granicach nieruchomości,
- dodatkowo szyld przyległy w indywidualnej ilości: na falbanach, na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych;

2) dodatkowo na wiacie znajdującej się nad budynkiem, dopuszcza się sytuowanie: po jednym dowolnym szyldzie przyległym przy każdym wyjeździe i wjeździe pod wiatę; dodatkowo dopuszcza się po jednym szyldzie przyległym na każdym urządzeniu, służącym wykonaniu usługi, znajdującym się pod wiatą lub na terenie poza wiatą, w formie nie większym niż drobny;

3) dopuszcza się na kiosku ulicznym sytuowanie: po jednym szyldzie głównym na każdej elewacji kiosku, widocznej z przestrzeni publicznej, jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie, sytuowany od strony miejsca obsługi klienta;

4) dopuszcza się dodatkowo sytuowanie szyldów w formie flag:

- a) na wysięgnikach umocowanych do elewacji,
- b) o orientacji pionowej na szerokość otworu okiennego, sytuowanych na dolnej krawędzi otworu okiennego, wyłącznie na kondygnacjach powyżej parteru i na okres nie dłuższy niż jeden miesiąc w roku.

§ 11. Zasady i warunki sytuowania szyldów na budynkach.

1. Szyld główny:

1) sytuowanie szyldu głównego:

- a) na elewacji frontowej budynku lub w dowolnym miejscu na elewacji budynku, widocznym z przestrzeni publicznej, wyznaczonym w projekcie budowlanym,
- b) na elewacji frontowej budynku w parterze, na wspólnej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych,
- c) na budynku posiadającym jedną kondygnację nadziemną lub jako dodatkowy szyld na budynku, posiadającym więcej niż jedną kondygnację nadziemną, nad górną krawędzią elewacji, w odległości od tej krawędzi nie większej niż połowa wysokości znaków szyldu, a dla szyldów w formie neonu także na tej krawędzi, w attyce;

2) forma szyldu głównego:

- a) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon, jako szyldy przyległe, o wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości dolnej krawędzi: logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi, a dla budynków parterowych jako szyld przyległy o 1/6 wysokości elewacji budynku, mierzonej od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim do górnej krawędzi okapu,
- b) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon, jako szyld sytuowany nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej:

- do 0,8 m wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,
 - do 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,2 m dla elewacji o wysokości od 6,0 m do 12,0 m,
 - do 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji wyższych niż 12,0 m,
- c) kaseton jedynie w parterze budynku o wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości dolnej jego krawędzi od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nim,
- d) szyld semaforowy pionowy, którego najniższy punkt znajduje się nie niżej niż 2,4 m nad istniejącym poziomem terenu bezpośrednio pod nim, na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją budynku, jako kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
- e) pylon główny, zwieńczenie pylonu cenowego lub zbiorczego.

2. Szyld przyległy:

1) sytuowanie szyldu przyległego:

- a) poziome w parterze budynku lub w pasie między parterem a pierwszym piętrzem, bezpośrednio nad stropem parteru, w miejscu przeznaczonym dla szyldu:
- na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji lub pierzei, o ile jest to możliwe,
 - wyśrodkowany względem podziałów pionowych osi kompozycyjnych budynku, albo światła otworów okiennych i drzwiowych,
 - w budynku za lub przed szybą w otworze okiennym lub drzwiowym tylko w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
 - wyrównany względem podziałów poziomych elewacji, a w przypadku szyldu zamontowanego za lub przed otworem okiennym wyrównany względem górnej krawędzi tego otworu,
- b) pionowe na części elewacji budynku bez okien, pod okapem, o wysokości dostosowanej do podziałów pionowych i poziomych elewacji,
- c) na ogrodzeniu przy wejściu głównym, w formacie nie większym mały,
- d) na falbanach, na markizie lub na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku ulicznym lub innych nośnikach reklamy,
- e) dodatkowo w dowolnym miejscu na budynku, z uwzględnieniem ustaleń zawartych w § 6 pkt 1) uchwały, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, dla usługi zlokalizowanej w całym budynku;

2) forma szyldu przyległego:

- a) kaseton sytuowany w układzie poziomym lub pionowym, jedynie na budynku, o maksymalnej wysokości w układzie poziomym, stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nim lub w układzie pionowym dostosowanym do podziałów pionowych i poziomych elewacji, na części elewacji bez okien, nie niżej niż 2,4 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim,

- b) gablota, gablota gastronomiczna lub tablica kredowa sytuowana na elewacji w strefie parteru, po jednej stronie wejścia do lokalu,
- c) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon:
 - sytuowane na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi, lub w układzie pionowym na części elewacji bez okien o wysokości dostosowanej do podziałów pionowych i poziomych
 - przymocowane bezpośrednio do elewacji albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego.

3. Szyld semaforowy:

1) sytuowanie szyldu semaforowego:

- a) nie niżej niż 2,4 m nad poziomem terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
- b) dla lokalu znajdującego się w parterze:
 - na elewacji na wysokości parteru, przy funkcjonującym wejściu do budynku, z którego znajduje się wejście lub dojście do lokalu lub przy witrynie,
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
 - przy pionowej osi kompozycyjnej elewacji budynku,
 - na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją,
- c) dla lokalu znajdującego się bezpośrednio pod lub nad parterem, sytuowany:
 - na wysokości parteru,
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji,
 - na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją;

- 2) **forma szyldu semaforowego:** kaseton, logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi; dopuszcza się model przestrzenny, jako część szyldu semaforowego.

4. Szyld wizytówkowy:

1) sytuowanie szyldu wizytówkowego:

- a) przy wejściach do budynku albo na drzwiach zewnętrznych prowadzących do podmiotu reklamy,
- b) na bramach w przejściach bramnych albo na bramach wejściowych, na ogrodzeniach prowadzących do podmiotu reklamy,
- c) na pylonach zbiorczych znajdujących się na dojściu do wejścia do budynku prowadzącego do podmiotu reklamy,
- d) na falbanach, na fladze, na markizie, na proporcu,
- e) na elementach wyгородzeniowych,
- f) na witaczu wejściowym;

- 2) forma szyldu wizytówkowego na urządzeniu grupującym szyldy: logotyp, litery przestrzenne lub malowane, w formacie nie większym niż drobny; ogranicza się łączną wielkość powierzchni zgrupowanych szyldów wizytówkowych umieszczonych na elewacjach budynków wpisanych do rejestru zabytków, ujętych w ewidencji zabytków lub objętych ochroną w planach miejscowych, do 1,0 m².

5. Szyld na szybie:

- 1) sytuowanie szyldu na szybie: w witrynach, w otworach okiennych i drzwiowych jedynie w poziomie parteru budynku, o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 30% powierzchni otworu, w którym się znajduje;
 - 2) forma szyldu wizytówkowego w formacie nie większym niż drobny: w formie malowanej na szybie lub wyklejki.
6. Dopuszcza się wyznaczenie indywidualnego miejsca sytuowania szyldów w projekcie budowlanym obiektu, niezależnie od ustalonego w uchwale.

Rozdział 4

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy

§ 12.1. Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, dla poszczególnych obszarów strukturalnych od A do C zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż wymienione poniżej, których znaczenie objaśniono w §5 ust.2, z zastrzeżeniem ustaleń dotyczących zasad ogólnych zawartych w uchwale.

2. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym PROMOCJI REKLAMOWEJ, oznaczonym na rysunku stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały, symbolem „A”:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych **na budynkach** są następujące :

- a) baner reklamowy sprzedaży lub najmu nieruchomości,
- b) citylight,
- c) ekran świetlny formatu nie większego niż średni,
- d) gablota/gablota gastronomiczna,
- e) grafika reklamowa,
- f) markiza,
- g) naklejka, tabliczka,
- h) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran,
- i) reklama przyległa sygnująca,
- j) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
- k) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku,

2) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych nie będących budynkiem, są następujące:

- a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
- b) reklama drobna,

- c) reklama na ogrodzeniu tymczasowym,
 - d) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,
 - e) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran w formacie nie większym niż duży, flaga, plakat,
- 3) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – **wolnostojących** są następujące:
- a) baner reklamowy sprzedaży lub najmu nieruchomości,
 - b) billboard formatu dużego w odległości sytuowania nie mniejszej niż 20 m od najbliższego położonego punktu na elewacji budynku widocznej od strony miejsca sytuowania billboardu i w maksymalnej odległości:
 - do 35 m na terenie zabudowanym i do 70 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni planowanej drogi krajowej Obwodnicy Północnej Aglomeracji Trójmiejskiej,
 - do 35 m na terenie zabudowanym i do 50 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi wojewódzkiej i powiatowej,
 - do 17 m na terenie zabudowanym i do 40 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi gminnej,
 - d) billboard formatu małego i średniego w odległości sytuowania nie mniejszej niż 10 m od najbliższego położonego punktu na elewacji budynku widocznej od strony miejsca sytuowania billboardu i w maksymalnej odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni:
 - do 35 m na terenie zabudowanym i do 70 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni planowanej drogi krajowej Obwodnicy Północnej Aglomeracji Trójmiejskiej,
 - do 17 m na terenie zabudowanym i do 40 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi wojewódzkiej i powiatowej,
 - do 14 m na terenie zabudowanym i do 25 m na terenie niezabudowanym, od zewnętrznej krawędzi jezdni drogi gminnej,
 - e) billboard, sytuowany na czas wykonywania robót budowlanych na terenie objętym inwestycją, reklamująca realizowaną inwestycję, w formacie nie większym niż duży,
 - f) citylight,
 - g) ekran,
 - h) gablota/gablota gastronomiczna,
 - i) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym, na maszcie,
 - j) pylony: główny, zbiorczy, wejściowy / wjazdowy, o wysokości do 3,5 m i tablic reklamowych sytuowanych na pylonie w formacie nie większym niż drobny,
 - k) pylon cenowy o wysokości do 6,0 m i tablic reklamowych sytuowanych na pylonie w formacie nie większym niż mały,
 - l) reklama drobna,
 - m) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran w formacie nie większym niż duży, nośnik pneumatyczny, proporzec lub flaga na słupie oświetleniowym lub na maszcie, reklama drobna, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, winder,
 - n) reklama wyjazdowa i wjazdowa miasta w wyznaczonych rejonach, orientacyjnych miejsc sytuowania, oznaczonych na rysunku, stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały
 - o) słup ogłoszeniowy,
 - p) totem o wysokości do 6,0 m i tablicy reklamowej sytuowanej na totemie w formacie nie większym niż średni;

- 4) w strefach ochrony walorów przyrodniczo krajobrazowych oznaczonych na rysunku stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały, obowiązują zakazy sytuowania reklam nie będących szyldami zgodnie z ustaleniami zawartymi w §7 uchwały.

3. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym TONOWANIA REKLAM, oznaczony symbolem „B”:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych **na budynkach** są następujące :

- a) baner reklamowy sprzedaży lub najmu nieruchomości,
- b) citylight,
- c) ekran formatu nie większego niż średni,
- d) flaga, proporzec na wysięgniku,
- e) gablota, gablota gastronomiczna,
- f) reklama drobna typu: naklejka, tabliczka na witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do usług,
- g) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran, flaga, proporzec,
- h) reklama przyległa sygnująca,
- i) tablica reklamowa na siatce ochronnej elewacyjnej, na rusztowaniu,
- j) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;

2) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych **na obiektach budowlanych nie będących budynkiem**, są następujące:

- a) citylight, plakat w wiacie przystankowej,
- b) reklama drobna,
- c) reklama na ogrodzeniu tymczasowym,
- d) reklama na tymczasowym obiekcie usługowo-handlowym: naklejka, tabliczka plakat,
- e) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran w formacie nie większym niż duży, flaga/proporzec, plakat;

3) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – **wolnostojących**, są następujące:

- a) citylight,
- b) billboard, sytuowany na czas wykonywania robót budowlanych na terenie objętym inwestycją, reklamująca realizowaną inwestycję, w formacie nie większym niż duży,
- c) litera lub logotyp na falbanie, na markizie, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- d) pylon cenowy, o wysokości do 6,0 m i tablice reklamowe sytuowane na pylonie w formacie nie większym niż mały,
- e) pylony: główny, zbiorczy, wejściowy / wjazdowy, o wysokości do 3,5 m i tablicach reklamowych sytuowanych na pylonie w formacie nie większym niż drobny,
- f) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, ekran w formacie nie większym niż duży, nośnik pneumatyczny, proporzec lub flaga na słupie oświetleniowym lub na maszcie, reklama drobna na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, winder,
- g) słup ogłoszeniowy,
- h) totem, o wysokości do 3,5 m i tablicy reklamowej sytuowanej na totemie w formacie nie większym niż drobny;

- 4) zakaz sytuowania reklam nie będących szyldami w strefie objętej ochroną w zakresie walorów kulturowych, oznaczonej na rysunku stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały oraz na innych obiektach będących przedmiotem ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków, zgodnie z ustaleniami zawartymi w §6 uchwały oraz z dopuszczeniem w tej strefie sytuowania: reklamy drobnej, reklamy sygnującej i baneru reklamowego sprzedaży lub najmu nieruchomości;
- 5) zakaz sytuowania reklam nie będących szyldami w strefie objętej ochroną w zakresie walorów przyrodniczo krajobrazowych, oznaczonej na rysunku stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały, obowiązują zakazy sytuowania reklam nie będących szyldami zgodnie z ustaleniami zawartymi w §7 uchwały oraz z dopuszczeniem w tej strefie sytuowania: reklamy drobnej, reklamy sygnującej i baneru reklamowego sprzedaży lub najmu nieruchomości;
- 6) w strefach „presji reklamowej”, oznaczonych na rysunku stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały, obejmujących wyróżnione przestrzenie publiczne układu komunikacyjnego: ul. Sobieskiego, ul. Grunwaldzka i część ul. Żołnierzy I Dywizji Wojska Polskiego wraz z wybranymi przyległymi terenami, stanowiącymi dopełnienie przestrzenne pasów drogowych wyznaczonych ulic, dla których obowiązują zasady sytuowania i rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustalone dla Obszaru „B” oraz ustalenia zawarte w §7 ust. 2, dopuszcza się następujące rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **wolnostojących**:
 - a) billboard formatu nie większego niż duży, w odległości sytuowania nie mniejszej niż 20 m od najbliższego położonego punktu na elewacji budynku widocznej od strony miejsca sytuowania billboardu,
 - b) pylon cenowy o wysokości do 6,0 m i tablic reklamowych sytuowanych na pylonie w formacie nie większym niż mały,
 - c) reklama okolicznościowa: ekran w formacie nie większym niż duży, oraz pozostałe wymienione w z wyłączeniem nośnika pneumatycznego,
 - d) reklama wyjazdowa i wjazdowa miasta w wyznaczonych rejonach, orientacyjnych miejsc sytuowania, oznaczonych na rysunku, stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały,
 - e) słup ogłoszeniowy,
 - f) totem o wysokości do 6,0 m i tablicy reklamowej sytuowanej na totemie w formacie nie większym niż średni.

4. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym CISZY REKLAMOWEJ, oznaczony symbolem „C”, z uwzględnieniem ustaleń zawartych w §7 uchwały dotyczących zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w strefach ochrony walorów przyrodniczo krajobrazowych.

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowanych **na budynkach**, są następujące:
 - a) baner reklamowy sprzedaży lub najmu nieruchomości,
 - b) reklama drobna: naklejka, tabliczka na witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do usług,
 - c) reklama przyległa sygnująca,
 - d) tablica reklamowa na siatce ochronnej elewacyjnej, na rusztowaniu,
 - e) wyklejka,
- 2) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych, **na obiektach budowlanych nie będących budynkiem**, są następujące:

- a) citylight w wiacie przystankowej miejskiej komunikacji publicznej,
 - b) naklejka, tabliczka, litera lub logotyp na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych,
 - c) naklejka na parkometrach, bankomatach, biletomatach itp.,
 - d) reklama okolicznościowa: baner reklamowy, nie dotyczy obszaru TPK, w którym zakazuje się ich sytuowania,
 - e) reklama na ogrodzeniu tymczasowym;
- 3) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **wolnostojących**, są następujące:
- 1) reklama okolicznościowa w następującym zakresie: baner reklamowy, proporzec lub flaga na słupach oświetleniowych, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, gabłota, winder, nie dotyczy obszaru TPK, w którym zakazuje się ich sytuowania.

Rozdział 5

Obiekty małej architektury- ustalenia ogólne dla całego miasta

- § 13.1. Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obszarze całego miasta:
- 1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety czerwieni, brązów, beży, zieleni i szarości; ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy urządzeń do aktywności fizycznej i wyposażenia placów zabaw, sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowniach zewnętrznych;
 - 2) dla obiektów małej architektury, sytuowanych w przestrzeni dostępnej publicznej, ustala się standardy jakościowe i materiałowe, z zastosowaniem następujących materiałów budowlanych:
 - a) materiałów o długotrwałej odporności na procesy starzenia,
 - b) stali nierdzewnej, malowanej lub kortenowskiej dla widocznych części metalowych,
 - c) aluminium anodowanego lub malowanego, żeliwa malowanego,
 - d) cegły,
 - e) kamienia,
 - f) kompozytów,
 - g) betonu z kruszywem kamiennym płukany o frakcji 2-5 mm lub betonu polimerowego gładkiego,
 - h) drewna o twardości nie mniejszej niż 40 MPa,
 - i) szkła klejonego lub hartowanego,
 - j) farby organicznej proszkowej, w przypadku malowania powierzchni metalowych.

Rozdział 6

Ogrodzenia - ustalenia ogólne dla całego miasta

- § 14.1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:
- 1) rodzaje ogrodzeń:

- a) trwale związane z gruntem, ażurowe, zgodnie z definicją ustaloną w § 5 ust. 2 pkt 1) o wysokości dostosowanej do ogrodzeń zlokalizowanych w sąsiedztwie, lecz nie wyższej niż 1,5 m nad poziomem terenu; ograniczenie wysokości oraz wymóg ażurowości nie dotyczy:
 - historycznych ogrodzeń odtwarzanych, w tym furtek i bram,
 - ogrodzeń wokół terenów produkcyjnych, przemysłowych, składowych,
 - ogrodzeń, sytuowanych na granicy między sąsiadami, nie sąsiadujących z terenami przestrzeni publicznych ulic, ciągów pieszych i pieszo jezdnych, placów, parków i skwerów, pod warunkiem pozostawienia otwartych przejść umożliwiających dotychczasowy kontakt między sąsiadami i ogólnodostępnych otwartych przejść pieszych w ciągach komunikacyjnych, wyznaczonych w miejscowych planach,
 - ogrodzeń wokół placów budowy, terenów składowo - magazynowych, terenów na których odbywa się produkcja lub usługi o charakterze produkcyjnym, wokół terenów punktów selektywnej zbiórki odpadów komunalnych,
 - b) tymczasowe związane z robotami budowlanymi:
 - maksymalna wysokość 2,2 m,
 - nieograniczające szerokości ciągów pieszych i rowerowych,
 - c) w formie żywopłotów;
- 2) zakazuje się sytuowania ogrodzeń:
- a) wewnątrz osiedli mieszkaniowych wielorodzinnych i zespołów zabudowy jednorodzinnej, które tworzyłyby ograniczania dostępności mieszkańców do wspólnych elementów zagospodarowania terenu takich jak:
 - miejsca postojowe,
 - zieleń osiedlowa, z wyłączeniem ogrodzeń placów zabaw dla dzieci, boisk i wybiegów psów, zapewniających zachowanie bezpieczeństwa i warunków sanitarnych,
 - b) wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności: wokół lasów i pól, jeżeli nie służą prowadzeniu gospodarki leśnej i rolnej, nieużytków zielonych, dolin rzecznych oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo, z wyłączeniem parków miejskich;
- 3) dopuszcza się ogrodzenia o pełnych przesłach między podporami: wokół placów budowy, terenów składowo - magazynowych, terenów na których odbywa się produkcja lub usługi o charakterze produkcyjnym.
- 4) nie uważa się za ogrodzenia elementów małej architektury takich jak murki o wysokości do 0,5 m, pachołki, słupki, barierki, donice z zielenią, żywopłoty do wysokości 1,2 m.

Rozdział 7

Przepisy przejściowe i dostosowujące

§ 15.1. W dniu wejścia w życie uchwały, dla istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ustala się następujące terminy dostosowawcze:

- 1) termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, do zasad i warunków określonych w uchwale, ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały;
- 2) termin dostosowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, do zasad i warunków określonych w uchwale, ustala się na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.

2. Dostosowując tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe, o których mowa w ust. 1, do postanowień niniejszej uchwały, należy:

- 1) usunąć wszystkie niezgodne z przepisami uchwały elementy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wraz z ich elementami mocującymi, w szczególności: kotwy, fundamenty, haki, ślady lub otwory po zamocowaniach;
- 2) przywrócić elementy środowiska zmienione w wyniku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niezgodnych z przepisami uchwały do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego;
- 3) w przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi określonego w §7 ust. 3 pkt 4), obowiązek dostosowania polega na usunięciu tych urządzeń, które w największym stopniu naruszają przepisy uchwały według następującej kolejności:
 - a) niespełniające zasad i warunków określonych w uchwale, między innymi dotyczących możliwości sytuowania jedynie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wymienionych w definicjach pojęć w §5 ust. 2,
 - b) o największej powierzchni ekspozycyjnej,
 - c) o największej wysokości względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni,
 - d) bliższe do skrzyżowania dróg lub przejazdu kolejowego,
 - e) sytuowanych później, o ile pozostałe kryteria nie rozstrzygają kolizji:
- 4) przepisy ust. 1 i 2 stosuje się bez względu na właściciela nieruchomości oraz podmiot prowadzący działalność reklamową.

3. Wymiary tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1, przekroczone o maksymalnie 5% względem wymiarów określonych w niniejszej uchwale, uznaje się za spełniające zasady i wymagania określone w niniejszej uchwale.

4. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale obiekty małej architektury oraz ogrodzenia:

- 1) istniejące w dniu wejścia w życie uchwały;
- 2) wpisane do rejestru zabytków lub ujęte w gminnej ewidencji zabytków.

5. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale ogrodzenia, które do dnia wejścia w życie uchwały uzyskały pozytywne stanowisko właściwego organu.

Rozdział 8

Przepisy końcowe

§ 16.1. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Rumi.

2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Pomorskiego.