

**UCHWAŁA NR XLI/492/97
RADY MIEJSKIEJ W BIELSKU-BIAŁEJ**

z dnia 11 lutego 1997 r.

w sprawie : ustalenia opłaty za umieszczanie urządzeń reklamowo-informacyjnych na mieniu komunalnym miasta Bielska-Białej oraz zasad ich umieszczania

Na podstawie art. 40 ust. 2 pkt 3, art. 41 ust. I i art. 42 ust. I i 2 Ustawy z dnia 8.03.1990 - O samorządzie terytorialnym (Dz. U. z 1996 r. nr 13 poz. 74; Nr 58, poz. 261 oraz Nr 106, poz. 496)

Rada Miejska

uchwala co następuje

§ 1. Pod pojęciem urządzeń reklamowo-informacyjnych rozumie się w szczególności:

1. Nośniki umieszczane na ścianach budynków lub wolnostojące wykonane z elementów pełnych i ażurowych:

- plansze, tabliczki, kasetony świetlne,
- markizy (zawierające elementy reklamowo-informacyjne),
- ściany malowane farbą, mozaiki,
- transparenty i flagi,
- tablice typu billboard,
- zbiorcze nośniki reklamowo-informacyjne,
- płaskie litery, napisy lub znaki,
- litery, napisy lub znaki przestrzenne świecące,
- stylizowane wysięgniki - wywieszki,
- niestylizowane wysięgniki,
- witraże,
- neony,
- elementy świecące w ultrafiolecie

§ 2. 1. Na obszarze miasta Bielska-Białej wyznacza się strefy:

Strefa I - Centrum miasta wraz z głównymi ciągami komunikacyjnymi,

Strefa II - obszar poza ścisłym centrum charakteryzujący się atrakcyjnością ekspozycji reklamowej,

Strefa III - pozostała część miasta w granicach administracyjnych.

2. Podział miasta na strefy określa załącznik nr I do nin. Uchwały.

§ 3. 1. Za korzystanie w celach reklamowo-informacyjnych z mienia komunalnego oraz mienia administrowanego przez gminę na obszarze miasta Bielska-Białej wprowadza się roczną opłatę w kwocie:

- 1) 300 PLN za rozpoczęty m2 powierzchni urządzenia reklamowo-informacyjnego w strefie I,
- 2) 200 PLN za rozpoczęty m2 powierzchni urządzenia reklamowo-informacyjnego w strefie II,
- 3) 100 PLN za rozpoczęty m2 powierzchni urządzenia reklamowo-informacyjnego w strefie III,

2. Cena za umieszczanie urządzenia reklamowo-informacyjnego nietypowego jest negocjowana lecz nie może wynosić mniej niż za 1 m2 w danej strefie.

3. Ustala się, iż umieszczanie urządzeń reklamowo-informacyjnych na mieniu komunalnym wymaga regulacji w formie umowy z jego zarządcą lub administratorem.

4. Nie pobiera się opłaty za umieszczanie urządzenia reklamowo-informacyjnego w miejscu prowadzenia działalności:

1) gdy urządzenie umieszczone jest na elewacji frontowej lub ścianie szczytowej budynku należącej do danego lokalu (wyznaczonych rzutem lokalu):

- jeśli lokal w którym prowadzona jest działalność ma powierzchnię do 20 m²,
- od urządzeń do 0,5 m²,
- jeśli lokal ma powierzchnię od 20 m² do 50 m² - od urządzeń do 1,0m²,
- jeśli lokal ma powierzchnię większą od 50 m² - od urządzeń do 1,5m²,

2) gdy lokal położony jest w oficynie - od urządzeń o powierzchni do 0,5m² umieszczonych w bramie wejściowej lub jej obrębie.

5. Wielkość urządzeń reklamowo-informacyjnych, miejsca ich lokalizacji na elewacjach lub w przestrzeni miejskiej ustalane są indywidualnie pod względem poprawności graficznej i językowej, mając na względzie uwarunkowania estetyczne, architektoniczne, historyczne oraz dbałość o zachowanie ładu przestrzenno-wizualnego miasta.

6. Opłata za umieszczenie urządzenia reklamowo-informacyjnego na mieniu będącym własnością wspólnoty mieszkaniowej z udziałem mienia gminy ustala wspólnota. Przedstawiciel gminy zobowiązany jest do przedstawienia i popierania stawek za reklamę określonych w punkcie 1 z uwzględnieniem punktu 2 i 4 w § 3.

§ 4. Umieszczanie wszelkich urządzeń reklamowo-informacyjnych na obiektach zabytkowych oraz w rejonach miasta objętych prawną ochroną konserwatorską lub chronionych planem zagospodarowania wymaga uzgodnienia ze służbą konserwatorską.

§ 5. Umieszczanie wszelkich urządzeń reklamowo-informacyjnych w pasie drogowym następuje na podstawie odrębnych przepisów o drogach publicznych.

§ 6. Upoważnia się Zarząd Miasta do zwalniania i obniżania opłat w przypadkach uzasadnionych ważnymi względami społecznymi, a w szczególności w przypadkach działalności kulturalnej, związanej z pomocą społeczną, ochroną zdrowia, itp.

§ 7. W trosce o zachowanie ładu przestrzenno-wizualnego miasta, zobowiązuje się Zarząd Miasta do podjęcia następujących działań:

1. Powołania komisji artystycznej przy Prezydencie Miasta w celu cyklicznej oceny estetycznego stanu miasta a zwłaszcza urządzeń reklamowo-informacyjnych.

2. Opracowania i wydania przez Biuro Promocji Miasta ogólnodostępnej broszury, zawierającej informacje o sposobie formalnego załatwiania pozwolenia na umieszczanie urządzeń reklamowo-informacyjnych na terenie miasta, oraz omawiającej ogólne zasady i wymogi związane z ich umieszczaniem.

3. Wprowadzenia niezbędnych zapisów do nowo opracowywanych „Miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego miasta Bielska-Białej”, w celu ochrony walorów krajobrazowych i estetyki miasta.

4. W bieżących pracach wykorzystywać materiały zawarte w Studium: „Zasady uporządkowania reklamy ulicznej w Bielsku-Białej”, wykonanym przez pracowników naukowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie.

§ 8. Przepisy niniejszej Uchwały stosuje się również do urządzeń reklamowo-informacyjnych istniejących w dniu wejścia Uchwały w życie.

§ 9. Uchwałę ogłasza się w formie obwieszczenia na tablicy ogłoszeń Urzędu Miejskiego, przez rozplakatowanie w miejscach publicznych oraz w lokalnej prasie.

§ 10. Traci moc Uchwała Nr XXXVII/360/92 z dnia 10.12.1992r. w sprawie opłat za reklamy umieszczane na mieniu komunalnym miasta Bielska-Białej oraz Uchwała Nr XLII/440/93 z dnia 20.05.1993r. zmieniająca Uchwałę Nr XXXVII/3 60/92.

§ 11. Wykonanie Uchwały powierza się Zarządowi Miasta, który zobowiązuje się do opracowania szczegółowych zasad wykonywania uchwały.

§ 12. Uchwała wchodzi w życie z dniem ogłoszenia w sposób określony w art. 42 ust. 1 ustawy z 8 marca 1990r. o samorządzie terytorialnym.

Przewodniczący Rady Miejskiej

Henryk Juszczak

Załącznik do Uchwały Nr XLI/492/97
Rady Miejskiej w Bielsku-Białej
z dnia 11 lutego 1997 r.
Zalacznik1.pdf

Strefy opłat za reklamy