

**ZAŁĄCZNIK NR 3**

**Uwagi nieuwzględnione** wniesione podczas wyłożenia projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie gminy Mosina, w okresie od 24 października 2022 r. do 18 listopada 2022 r.

Termin wnoszenia uwag dotyczących wykładanego projektu uchwały określony w ogłoszeniu i obwieszczeniu w tej sprawie upłynął 2 grudnia 2022 r.

**W wyznaczonym terminie wpłynęły 4 pisma zawierające 37 uwag (nie uwzględniono w całości lub części 33 uwagi).**

Lp. uwagi	Lp. pisma	DATA WPŁYWU UWAGI, FORMA WNIESIENIA	WNOSZĄCY UWAGĘ	TREŚĆ UWAGI	SPOSÓB ROZPATRZENIA UWAG PRZEZ BURMISTRZA GMINY MOSINA		UWAGI	Sposób rozstrzygnięcia uwagi przez Radę Gminy Mosina
				(pisownia oryginalna)	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga uwzględniona		

1	1.1	30.11.2022 pismo	Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie ul. Żniwna 5, 62-025 Kostrzyn	<p>1. Naruszenie zasady ochrony praw nabytych oraz pewności prawa i zaufania obywateli do państwa Artykuł 2 Konstytucji RP stanowi, że Rzeczpospolita Polska jest demokratycznym państwem prawnym, urzeczywistniającym zasady sprawiedliwości społecznej, wprost z niniejszego artykułu wywiedziona jest podstawowa dla funkcjonowania każdego państwa prawa zasada ochrony praw nabytych, a przestrzeganie tej zasady ma szczególne znaczenie w sytuacji, w które dochodzi do zmiany dotychczas obowiązujących przepisów, zwłaszcza tych, które znalazły już zastosowanie, jako czynnik kształtujący sytuację prawną ich adresatów.</p> <p>Mając na uwadze powyższe uznać należy, że na etapie przygotowywania projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, tj. w szczególności § 8 przedmiotowej uchwały nakazującego dostosowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale doszło do nieuwzględnienia i niezastosowania wywiedzionej z art. 2</p>	x	<p>Wolą ustawodawcy było aby w dokumencie obligatoryjnie wprowadzić terminy dostosowawcze dla wszystkich istniejących nośników. Ochrona praw słusznie nabytych nie została naruszona właśnie przez wprowadzenie okresów dostosowawczych, tak aby inwestor/właściciel nie został zaskoczony koniecznością natychmiastowego dostosowania swoich urządzeń reklamowych do przepisów uchwały, lecz skorzystał z określonego w jej treści terminu dostosowawczego. Ochrona praw słusznie nabytych polega w tym przypadku na wprowadzeniu powyższych terminów.</p> <p>Zgodnie z art. 37 a ust.9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym: <i>9. Uchwała, o której mowa w ust. 1, określa warunki i termin dostosowania <u>istniejących</u> w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz</i></p>	
---	-----	---------------------	--	--	---	---	--

Konstytucji RP zasady ochrony praw nabytych, podczas gdy z przepisu tego oraz z wywiedzionej z niego zasady powstaje dla ustawodawcy nakaz jego stosowania, a co za tym idzie zakaz stanowienia przepisów arbitralnie odbierających lub ograniczających prawa podmiotu przysługujące jednostce lub innym podmiotom prywatnym występującym w obrocie prawnym.

W związku z powyższym należy uznać, że projekt uchwały krajobrazowej w zakresie w jakim nakłada on w § 8 na właścicieli ograniczony czasowo i generujący koszty obowiązek dostosowania dla istniejących i powstałych zgodnie z obowiązującym prawem tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, pozostaje w sprzeczności z konstytucyjną zasadą ochrony praw nabytych. W konsekwencji zapisy uchwały nie mieszczą się w zakresie ustawowego upoważnienia przyznanego organom samorządowym. W szczególności nie odnoszą się i nie zapewniają ochrony urządzeń reklamowych obecnie istniejących, a ponadto nie regulują ochronnych praw nabytych poprzez różnicowanie sytuacji podmiotów, które przed wejściem w życie uchwały wzniosły tablice i urządzenia reklamowe na podstawie ważnych pozwoleń lub zgłoszeń. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że prawa tych podmiotów nie zostały również należycie

*tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (...). Zatem już ustawa nie rozróżnia nośników posadowionych nielegalnie i legalnie (na podstawie zgłoszeń lub pozwoleń na budowę). Taki stan rzeczy potwierdza również rozstrzygnięcie nadzorcze Wojewody Wielkopolskiego z dnia 27 lutego 2023 r. (sygn. IR-III.4131.4.2023.11) wydane dla poznańskiej uchwały krajobrazowej. Zapis rozróżniający nośniki posadowione w sposób legalny i nielegalny został zakwestionowany przez Wojewodę i doprowadził do unieważnienia uchwały w całości z uwagi na jej sprzeczność z prawem.*

			<p>zabezpieczone poprzez wprowadzenie długiego okresu dla dostosowania przedmiotowych urządzeń do wymogów uchwały, który to termin z punktu widzenia sieci „Biedronka” powinien wynosić co najmniej 86 miesięcy, ze względu na 7 letni interwał w jakim remontowane są sklepy, co pozwoliłoby zoptymalizować koszty ewentualnego dostosowania. Nie ustanowiono również stosownej rekompensaty pieniężnej w przypadku dostosowania zgodnie z § 8 projektu uchwały urządzeń reklamowych, co jest równoznaczne z ich wyłączeniem i ograniczeniem działalności gospodarczej oraz ingerencją w prawo własności. Tym czasem kwota kosztów dostosowania do projektu uchwały może stanowić kwotę znaczną, naruszającą słuszny interes spółki. JMP będzie musiało wydatkować dane koszty bez realnej możliwości ich rekompensaty.</p> <p>Wyjaśnić przy tym należy, że JMP musiałyby przy tym poza samymi kosztami adaptacyjnymi, ponieść koszty także magazynowania lub utylizacji zdemontowanych elementów.</p>			
--	--	--	---	--	--	--

2	1.2		<p>2. Naruszenie zasady równego traktowania w granicach danego obszaru. Zgodnie z artykułem 32 Konstytucji RP wszyscy są wobec prawa równi i mają prawo do równego traktowania przez władze publiczne. Wobec czego wprowadzenie w obrębie tego samego miasta odmiennych regulacji dotyczących zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabarytów, standardów jakościowych z jakich mogą być wykonane, a więc uprzywilejowane traktowanie niektórych określonych typów tablic i urządzeń reklamowych oraz ich dopuszczenie z jednoznacznym zakazem realizacji innych rodzajów tablic i urządzeń, narusza zasadę równego traktowania. Wskazać przy tym należy, że zgodnie z treścią art. 32 Konstytucji RP nie można przewidywać różnych regulacji, które dotyczą tej samej materii i tego samego pomiotu co w przedmiotowej sytuacji ma miejsce. Obecnie na terenie Gminy Mosina istnieją 3 sklepy sieci „Biedronka”, położone na obszarze mieszkaniowo – usługowym zgodnie z projektem uchwały. JMP nie wyklucza jednak otwarcia kolejnych sklepów sieci w ciągu najbliższych lat, . Wobec powyższego nie sposób uznać, że na etapie konstruowania projektu uchwały krajobrazowej kierowano się zasadą proporcjonalności i równości wobec prawa, a wszelkie przewidziane przez nią ograniczenia są racjonalne i wynikają z potrzeby ochrony krajobrazu.</p>	X		<p>Na takie zróżnicowanie uregulowań zezwala przepis art. 37a ust. 6 ustawy. Obszary zostały precyzyjnie wytyczone, w sposób zgodny ze wskazaniem wyrażonym w art. 37a ust. 7 ustawy</p>	
---	-----	--	---	---	--	--	--

3	1.3			<p>3. Naruszenie zasady pewności prawa i zaufania obywateli do Państwa  Naruszenie przepisu art. 2 Konstytucji RP, poprzez niezastosowanie na etapie przygotowania projektu ww. uchwały zasady poprawnej legislacji wynikającej z przedstawionej w art. 2 Konstytucji RP zasady demokratycznego państwa prawa, tj. zasady ochrony zaufania do państwa, w myśl której zobowiązuje się organy państwa do stanowienia i stosowania przepisów w taki sposób, by obywatele mogli układać swoje sprawy w zaufaniu, że nie naraża się na skutki prawne, których nie mógł przewidzieć w momencie podejmowania decyzji (wyrok TK z2 czerwca 1999 r., Kl.. 34/98).</p>	X	<p>Procedura regulująca podjęcie uchwały zdefiniowana została w przepisach - ustawie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym - art.. 37 a i dalsze.</p> <p>Należy zauważyć, że Przedsiębiorca (Obywatel) nie ma nieograniczonego prawa do zabudowywania nieruchomości, wg własnego uznania. Szereg norm prawnych reguluje te zasady - decyzja o warunkach zabudowy lub zapisy mpzp.</p> <p>Zagospodarowanie przestrzenne gminy i dbanie o ład estetyczny stanowiąc powinny najwyższy priorytet władz, gdyż to od tych decyzji zależy jakość przestrzeni i chęć inwestowania w przyszłości.</p>	
---	-----	--	--	--	---	---	--

4. Naruszenie zasady wolnej działalności gospodarczej i prawa własności  
 Wolność działalności gospodarczej jest jednym z podstawowych praw gwarantowanych przez Konstytucję. Wskazuje się, że wolność działalności gospodarczej może być traktowana jako wyraz ogólnej wolności człowieka gwarantowanej przez art. 31 ust. 1 Konstytucji RP. Zasada wolności działalności gospodarczej stanowi więc zasadę prawa, która jest adresowana do organów stanowiących i stosujących prawo. Zasad ta nakazuje wspomnianym organom dążyć do zapewnienia w najszerszym możliwym zakresie swobody działalności gospodarczej. Pojęcie wolności działalności gospodarczej należy rozumieć szeroko, obejmuje ono przede wszystkim swobodę podejmowania, prowadzenia i zakończenia działalności gospodarczej w dowolnie wybranych formach prawnych. W pojęciu tym mieści się również prawo do promocji, prowadzenia działań marketingowych, czy prawo do reklamy marki oraz produktów. Art. 22 Konstytucji RP stanowi, że ograniczenie wolności działalności gospodarczej jest dopuszczalne tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes

x

Zakres uprawnień wchodzących w skład prawa własności nie jest nieograniczony, lecz jak wskazuje przepis art. 140 Kodeksu cywilnego, ograniczony jest treścią obowiązujących ustaw. Możliwość ograniczenia sposobu wykonywania prawa własności nieruchomości w tym przypadku wynika z przepisów art. 37a ust. 1 ustawy z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uprawniających radę gminy do podjęcia przedmiotowej uchwały. Należy wskazać, także iż prawo do zabudowy nie jest nieograniczone, lecz także podlega ograniczeniom ustawowym, co wynika z art. 4 ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane. Prawo wykonywania działalności nie jest prawem nieograniczonym, lecz podlega określonym przez przepisy prawa ograniczeniom. Jednym z nich jest możliwość zapanowania w sposób

publiczny. Zatem muszą zostać spełnione dwie przesłanki: 1) ważny interes publiczny; 2) w drodze ustawy. Uznać należy, że uporządkowanie ładu przestrzennego w gminie nie mieści się w kategorii ważnego interesu publicznego. Pojęcie wymogu „w drodze ustawy” należy rozumieć w ten sposób, że powyższe sformułowanie przesądza, że prawdziwie do ograniczenia działalności może dojść tylko przy założeniu istnienia stosownej ustawy wyraźnie przewidującej danego rodzaju ograniczenie i że bez takiej ustawy żadne ograniczenie w tym zakresie nie jest konstytucyjnie dopuszczalne. Wskazana powyżej droga ustawowa dopuszcza także inne organy władzy (legitymowane przez ustawodawcę) do wydania w tej materii rozporządzenia na podstawie ustawy i w celu jej wykonania. Oznacza to, że ograniczenie wolności działalności gospodarczej może nastąpić na podstawie rozporządzenia, jeżeli tylko w ustawie zostało zamieszczone stosowne upoważnienie. W konsekwencji ograniczenie działalności gospodarczej nie może być wprowadzone za pomocą aktu prawa miejscowego, stanowi to istotne naruszenie Konstytucji RP. Jednocześnie ograniczenia wynikające z uchwały stanowią daleko idącą ingerencję w prawo własności, które podlega szczególnej ochronie zgodnie z Konstytucją i przepisami kodeksu cywilnego. Przede wszystkim nakazywanie właścicielom

całościowy nad powstawaniem urzędzeń reklamowych, poprzez podjęcie przedmiotowej uchwały.





5	1.5		<p>5. Szczegółowe uwagi do treści projektu uchwały krajobrazowej</p> <p>Odnosząc się z kolei do poszczególnych postanowień projektu uchwały krajobrazowej należy wskazać, że uwzględnienie poniżej zaproponowanych zmian zredukowałoby w sposób istotny bezprawny wpływ przedmiotowej uchwały na wolność działalności gospodarczej rozumianej przez pryzmat treści art. 31 ust. 1 Konstytucji RP jako prawo do promocji, prowadzenia działań marketingowych, czy prawo do reklamy marki oraz produktów, które zgodnie z treścią art. 22 Konstytucji RP mogą być ograniczone tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny. Ponadto czyniłoby to zadość wywiedzionej z treści artykułu 2 Konstytucji RP zasadzie ochrony praw nabytych, której przestrzeganie ma szczególne znaczenie w sytuacji, w której dochodzi do zmian dotychczas obowiązujących przepisów, zwłaszcza tych, które znalazły już zastosowanie, jako czynnik kształtujący sytuację prawną ich adresatów.</p> <p>Obecnie sieć „Biedronka” posiada 3 sklepy na obszarze mieszkaniowo – usługowym na terenie gminy Mosina. W następnych latach planowane są otwarcia sklepów w kolejnych lokalizacjach.</p> <p>JMP prowadzi ogólnopolską sieć sklepów Biedronka i jako największa sieć w Polsce, wypracowała sobie ceniową w społeczeństwie markę. Jednym z kluczowych elementów marki jest logo (logotyp), jakim postępuje się</p>	X		<p>Fragment pisma nie stanowiący osobnej uwagi. Treści te zostały zawarte w uwagach wcześniejszych i w szczegółowym wyliczeniu zmian zapisanym w dalszej części pisma.</p>	
---	-----	--	--	---	--	--	--

			<p>JMP stanowiące wizerunek owada (biedronki) wraz z napisem "Biedronka" oraz hasłem „Codziennie niskie ceny”.</p> <p>Oprócz logo umieszczanych na obiektach, JMP posługuje się również innymi nośnikami reklamowymi, które mają opracowany standard stosowany przez sieć w większości sklepów. Są to w szczególności logotypy umieszczone na totemach, tablice parkingowe, galoty na plakaty, zewnętrzne banery ścienne (ramy PDC), oklejanie drzwi wejściowych oraz witryn grafikę na folii.</p> <p>W związku z powyższym, na obecnym wstępnym etapie prac nad uchwata, zwracam się z prośbą o zapoznanie się z rodzajem nośników reklamowych jakie stosuje JMP, w związku z czym zostały one opisane poniżej. Proszę o zawarcie w projekcie postanowień umożliwiających JMP stosowanie tych nośników w dotychczasowym kształcie.</p> <p>A. Logotypy na budynkach i totemy to kluczowe elementy identyfikacji danej lokalizacji z naszą marką. Dzięki swojej barwie i kształtowi jest rozpoznawalny w ciągu dnia, natomiast po zmroku identyfikacja jest dodatkowo możliwa dzięki oświetleniu.</p> <p>Poniżej wskazano grafiki przedstawiające logo wraz z wymiarami w trzech stosowanych przez JMP formatach: typ 2; 2,5 i 3.</p> <p>Typ 2 - średni  Typ 2,5 - średni  Typ 3 - duży</p> <p>Powyższe logotypy są dodatkowo umieszczane na totemach reklamowych (betonowy słup zakończony</p>			
--	--	--	--	--	--	--

			<p>logotypem).</p> <p>Totemy reklamowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wysokość — 9M / plafony średnie typ 2</li> <li>- wysokość — 12M / plafony średnie typ 2,5</li> <li>- wysokość — 1 8M / plafony duże typ 3</li> <li>- inne — według zapotrzebowania, zamówienia oraz indywidualnej wyceny</li> </ul> <p>B. Tablica parkingowa - pozornie element może nie jest najważniejszy, ale w lokalizacjach, w których sklep znajduje się w zabudowie ciągłej, bez fizycznej, możliwości zamontowana totemu, jest to jedyna szansa, aby klienci nie przegapili zjazdu do sklepu. Znak to również informacja o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych.</p> <p>C. Gabloty na plakaty - witryna na plakaty w takiej formie to odpowiedź na potrzeby naszych klientów. Nie rozprawdzamy naszych folderów reklamowych po domach (tylko w wyjątkowych sytuacjach) i jest to najlepsza i oczekiwana okazja dla klientów do zapoznania się z aktualną ofertą danego sklepu.</p> <p>D. Zewnętrzne banery ścienne i oklejanie drzwi wejściowych grafiką na folii - kolejne dwa elementy dla lepszej komunikacji z klientem.</p> <p>E. Oklejanie witryn grafiką na folii - założeniem firmy przy projektowaniu i utrzymaniu sklepów jest zapewnienie jak największego dostępu światła do wewnątrz i prezentacji sklepu dla klientów z zewnątrz. Zdarzają się jednak przypadki, w których jesteśmy zmuszeni w/w witryny zasłonić. Dzieje się tak w</p>			
--	--	--	---	--	--	--

				<p>dwóch, wyjątkowych przypadkach:</p> <p>1) Ekspozycja na słońce południowej witryny w pobliżu której znajdują się urządzenia kasowe (słońce zakłóca pracę skanerów i jest uciążliwe dla pracowników)</p> <p>2) Jeżeli elementy wyposażenia (regały, urządzenia chłodnicze muszą znaleźć się w przestrzeni bezpośrednio za witryną).</p> <p>Przenosząc powyższe uwagi do proponowanych postanowień uchwały krajobrazowej oraz lokalizacji sklepów sieci Biedronka na obszarze mieszkaniowo - usługowym, zmiany wymagają następujące postanowienia:</p>			
6	1.6			<p>Par. 6 ust. 1 pkt 1a — poprzez wykreślenie słów „obramienia”, stolarka okienna”;</p>	X		<p>Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym podkreślenie architektury obiektów i krajobrazu. Zarówno „obramienia” jak i „stolarka okienna” stanowią o jakości architektury , ich przesłanianie wpływa negatywnie na postrzeganie przestrzeni.</p>

8	1.8			Par. 6 ust. 1 pkt 1c i 1d — wskazana odległość 10 m jest zbyt duża, JMP stosuje reklamy w mniejszej odległości — np. 2 m odległość pomiędzy urządzeniami reklamowymi;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Częstotliwość występowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych „buduje” przestrzeń i stanowi o jej jakości. Zbyt duża ilość źródeł reklamy oraz różnicowanie nośników negatywnie wpływa na ład przestrzenny.	
9	1.9			Par. 6 ust. 1 pkt 2b postanowienie nie jest precyzyjne i nie odnosi się wprost do budynków parterowych; proponowana wysokość urządzenia reklamowego powinna wynosić do 3 m. w module 4 i 5;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Proponowana wielkość urządzenia negatywnie wpłynie na postrzeganie na ład przestrzenny.	
10	1.10			Par. 6 ust. 1 pkt 2c — proponowana wysokość 8 m nie uwzględnia stosowanych przez JMP totemów (totemy JMP mają 16 m i 10m); wskazana odległość 50 m jest zbyt duża;	X		Uwaga uwzględniona w części. Wysokość pylonów reklamowych została zwiększona do 10 m	
11	1.11			Par. 6 ust. 1 pkt 2i format A2 jest za mały; zapis do usunięcia; ewentualnie powinno być do 6 m2 powierzchni witryn i drzwi lokalu usługowego;	X		Uwaga uwzględniona w części. Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Proponowana wielkość urządzenia negatywnie wpłynie na postrzeganie na ład przestrzenny.	

12	1.12			Par. 6 ust. 1 pkt 3d — do usunięcia — postanowienie nieprecyzyjne;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Zachowanie osi widokowych na obiekty zabytkowe stanowi podstawę właściwego kształtowania krajobrazu oraz zostało podtrzymane przez uzgodnienie z Powiatowym Konserwatorem Zabytków	
13	1.13			Par. 6 ust. 1 pkt 3e — do usunięcia - JMP stosuje tablice dojazdowe na terenach zielonych; totem przy sklepie Mosina - Krosno również jest zlokalizowany na terenie zielonym;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Dopuszczenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na wszystkich terenach zieleni w gminie, wpłynie negatywnie na estetykę przestrzeni publicznej w gminie.	
14	1.14			Par. 6 ust. 2 pkt 1b — JMP stosuje logo różnej wielkości zgodnie z ww. standardem wizualizacji sieci sklepów Biedronka;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Częstotliwość występowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych „buduje” przestrzeń i stanowi o jej jakości. Zbyt duża ilość źródeł reklamy oraz zróżnicowanie nośników negatywnie wpływa na ład przestrzenny.	

15	1.15			Par. 6 ust. 2 pkt 1c . postanowienie nieprecyzyjne, odnosi się do „przedsiębiorcy prowadzącego jedną działalność” a nie do nieruchomości, na której działalność jest prowadzona; IMP stosuje na jednej nieruchomości więcej niż dwa szyldy;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Częstotliwość występowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych „buduje” przestrzeń i stanowi o jej jakości. Zbyt duża ilość źródeł reklamy oraz zróżnicowanie nośników negatywnie wpływa na ład przestrzenny. Odniesienie w zapisie uchwały do „przedsiębiorcy prowadzącego jedną działalność” a nie do nieruchomości ma na celu ograniczenie ilości szyldów.	
16	1.16			Par. 6 ust. 2 pkt 2b — powinno być powierzchnia łączna nic większą niż 15 m2, dopuszczenie lokalizacji szyldów na maksymalnie 3 elewacjach;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Proponowana powierzchnia urządzeń negatywnie wpłynie na ład przestrzenny.	
17	1.17			Par. 6 ust. 2 pkt 2c — powinno być o wysokości nie większej niż 2 m wysokość;	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Proponowana powierzchnia urządzeń negatywnie wpłynie na ład przestrzenny.	



18	1.18			Par. 6 ust. 2 pkt 2f — szyld umieszczony na wolnostojącym totemie stosowany przez JMP ma wysokość 16 m i 10 m, wskazana wysokość powinna być zatem wyższa;	X		Uwaga uwzględniona w części. Wysokość szyldów została zwiększona do 10 m. Dopuszczenie szyldów o wysokości 16 m to rozwiązanie negatywnie oddziałujące na przestrzeń gminy, gdyż oznaczałoby możliwość zlokalizowania szyldu wyższego od istniejących budynków mieszkalnych.	
19	1.19			Par. 8 ust. 1 pkt 3—termin dostosowana powinien wynosić 86 miesięcy.	X		Przyjęte okresy dostosowawcze zapewniają odpowiedni termin dostosowania istniejących nośników. Uchwała ma na celu porządkowanie przestrzeni w uregulowany i spójny w całej gminie sposób.	
20	2.1	30.11.2022 (data wpływu 02.12.2022)pismo	IM Żurek Spółka jawna ul. Śremska 52 62-050 Mosina	1) wykreślenie zapisu §6 ust. 1 pkt 3 lit. f powołanej wyżej Uchwały, zgodnie z treścią którego, w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane zakazuje się instalowania w postaci wyświetlacza diodowego lub ledowego”,	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Dopuszczenie zachowania i instalowania reklam w postaci wyświetlacza diodowego lub ledowego negatywnie wpłynę na postrzeganie na ład przestrzenny.	

21	2.2			2) zmianę zapisu §7 ust. 1 pkt 3 lit. b poprzez wykreślenie zapisu „w postaci wyświetlaczy diodowych lub ledowych”,	X		Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Dopuszczenie zachowania i instalowania reklam w postaci wyświetlacza diodowego lub ledowego negatywnie wpłynie na postrzeganie na ładu przestrzenny.	
22	2.3			3) zmianę zapisu §8 ust. 1 pkt 3 zgodnie z którym „Dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały określa się następujące terminy dostosowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale: dla obszaru mieszkaniowo-usługowego, 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.	X		Dla obszaru mieszkaniowo-usługowego już przyjęto 24 miesięczny okres dostosowawczy.	

23	2.4			<p>Reprezentowana przez nas Spółka prowadzi działalność gospodarczą sklasyfikowaną jako „Działalność agencji reklamowych” (PKD 73.11) i jest właścicielem tzw. wyświetlacza ledowego (Telebim LED), zamontowanego na elewacji budynku nr 7 przy ul. Wawrzyniaka w Mosinie, w obrębie nieruchomości stanowiącej własność Spółki.</p> <p>Jak wskazano w uzasadnieniu do projektu Uchwały celem jej wprowadzenia jest ochrona ładu przestrzennego i jego prawidłowego kształtowania na obszarze gminy Mosina, ochrona wartości przyrodniczych, kulturowych i historycznych istniejących w jej granicach obiektów zespołów i obszarów o wysokich walorach zabytkowych i środowiskowych, a także „zachowanie równowagi między eksponowaniem m.in. reklam a ochroną wartościowych, zabytkowych elementów w skali od detalu architektonicznego, poprzez zabytkowe założenie urbanistyczne do skali krajobrazu kulturowego”.</p> <p>Wnosząc o zmianę wskazanych wyżej zapisów Uchwały Spółka nie podważa argumentów dotyczących ochrony obszarów o wysokiej wartości</p>	X		<p>Uwaga nieuwzględniona gdyż możliwość sporządzenia uchwał "krajobrazowych" ustanowiona przez ustawodawcę nie wyróżnia krajobrazów, które posiadają w walory zasługujące na ochronę i tych krajobrazów, które tych walorów nie posiadają - ustawa, a w konsekwencji uchwała Rady Gminy, dotyczy wszystkich przestrzeni i dla wszystkich określa się warunki i zasady ochrony ładu przestrzennego</p>	
----	-----	--	--	--	---	--	---	--

historycznej i przyrodniczej, a kwestionuje wyłącznie wprowadzanie tak restrykcyjnych norm w odniesieniu do obszarów, które nie posiadają walorów zasługujących na szczególną ochronę.

Skrzyżowanie ulic Wawrzyniaka, Śremskiej, Leszczyńskiej i Mostowej w Mosinie nie jest obszarem o wysokiej wartości zabytkowej, przyrodniczej czy kulturowej, a ład przestrzenny został tu nieodwracalnie zaburzony głównie poprzez niespójną zabudowę, brak zachowanych linii zabudowy, chaos w zakresie podziału nieruchomości — nieregularny kształt działek ewidencyjnych, wytyczanie działek ewidencyjnych o powierzchni poniżej 100 m<sup>2</sup> oraz wydzielone a nieużytkowane drogi.

Zainstalowany na ścianie budynku Telebim LED nie zastania innych budynków, ani krajobrazu. Ma powierzchnię ok. 8 m<sup>2</sup>, a jego otoczenie stanowi sygnalizacja świetlna, oświetlenie uliczne oraz infrastruktura drogowa, które znacznie bardziej ingerują w krajobraz.

W projekcie Uchwały teren Gminy Mosina został podzielony na cztery obszary: historyczny, przyrodniczo-rolniczy, mieszkaniowo-usługowy, przemysłowy. Zakaz instalowania wyświetlaczy diodowych lub ledowych został wprowadzony na terenie każdego obszaru, mimo, iż różnią się one znacząco między sobą cechami. O ile na terenie dwóch pierwszych obszarów szczególna ochrona jest zasadna, tak na

				obszarach, które już z nazwy zezwalają na prowadzenie działalności gospodarczej, tak restrykcyjne zapisy nie znajdują żadnego uzasadnienia.				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

24	2.5			<p>W przypadku uchwalenia kwestionowanych zapisów w projektowanym brzmieniu Spółka będzie zobowiązana w terminie 24 miesięcy od dnia wejścia w życie Uchwały do usunięcia Telebimu LED bez możliwości przeniesienia go w inne miejsce na terenie całej Gminy. Przewidziany w Uchwale zakaz instalowania urządzeń reklamowych w postaci wyświetlacza diodowego lub ledowego jest równoznaczny z zakazem prowadzenia na terenie Gminy Mosina działalności gospodarczej, która jest zgodna z powszechnie obowiązującymi przepisami.</p> <p>Ponadto zapisy Uchwały w proponowanym brzmieniu w zakresie terminów dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych zrównują banery wiszące na ogrodzeniach, których koszt wykonania wynosi ok. 100,00 zł, a ich usunięcie nie wpływa na ciągłość prowadzenia przez podmiot działalności gospodarczej z urządzeniami reklamowymi, których koszt zakupu wynosi ok. 150 tys. it, a ich usunięcie jest równoznaczne z zakończeniem prowadzenia działalność gospodarczej przez podmiot, będący właścicielem urządzenia.</p>	X		<p>Przyjęte okresy dostosowawcze zapewniają odpowiedni termin dostosowania istniejących nośników. Uchwała ma na celu porządkowanie przestrzeni w uregulowany i spójny w całej gminie sposób.</p>	
----	-----	--	--	--	---	--	--	--

25	2.6		<p>Wskazać należy, iż zakaz instalowania legalnie wprowadzonych do obrotu gospodarczego urządzeń winien mieć swoje uzasadnienie prawne i faktyczne. Uzasadnione wydaje się wyeliminowanie dużych nośników reklamowych ze stref (obszarów) historycznych i przyrodniczych, jako podlegających szczególnej ochronie, ale już w strefach mieszkalno usługowych dopuszczalne jest wyłącznie ewentualne ograniczenie ich liczby, np. 1 urządzenie w promieniu x metrów/kilometrów, natomiast w strefach przemysłowych zakaz ten winien być całkowicie zniesiony. W przypadku wyświetlaczy diodowych lub ledowych istniejących przed dniem wejścia w życie Uchwały powinna obowiązywać zasada, iż zakaz instalowania nie dotyczy urządzeń zainstalowanych przed dniem chociażby rozpoczęcia prac nad wprowadzeniem Uchwały, tj. np. przed dniem 29 maja 2018 roku. Do tego dnia nie było możliwe do przewidzenia przez przedsiębiorców, w tym Spółkę, iż na terenie Gminy Mosina będzie obowiązywał zakaz instalowania tego typu urządzeń.</p>	<p><b>X</b></p>		<p>Celem uchwały jest wprowadzenie uporządkowanych zasad kształtowania przestrzeni w tym ograniczenie chaosu reklamowego. Dopuszczenie zachowania i instalowania reklam w postaci wyświetlacza diodowego lub ledowego negatywnie wpłynie na ład przestrzenny.</p>	
----	-----	--	--	-----------------	--	---	--

26	2.7		<p>Projektowane zapisy w sposób istotny i bez uzasadnienia ograniczają zagwarantowane ustawowo prawo własności oraz swobodę prowadzenia działalności gospodarczej.</p> <p>Podkreślić należy, iż Spółka zadbała, by stanowiący jej własność Telebim LED nie był uciążliwy dla otoczenia — zakupione urządzenie posiada automatyczną regulację jasności, tak by nie razić przechodniów i kierowców, dodatkowo w godzinach nocnych jest całkowicie wyłączone.</p> <p>Celem Spółki przy podjęciu decyzji o zakupie telebimu LED było, by oprócz funkcji reklamowej pełnił również funkcję Informacyjno-społeczną. Spółka bezpłatnie udostępnia miejsce na Telebimie na emisję informacji o wydarzeniach kulturalnych, zbiórkach publicznych, czy na kampanie antywojenne. Urządzenie stanowiące własność Spółki nie zagraża bezpieczeństwu ani porządkowi publicznemu, nie stanowi zagrożenia dla środowiska naturalnego, zdrowia albo wolności i praw innych osób. W związku z powyższym brak jest podstaw do nakazania jego demontażu i zakazania prowadzenia działalności gospodarczej w tym zakresie.</p> <p>W przypadku uchwalenia zakwestionowanych przez Spółkę przepisów Uchwała zostanie zaskarżona do sadu administracyjnego.</p>	X		<p>Wolą ustawodawcy było aby w dokumencie obligatoryjnie wprowadzić terminy dostosowawcze dla wszystkich istniejących nośników. Ochrona praw słusznie nabytych nie została naruszona właśnie przez wprowadzenie okresów dostosowawczych, tak aby inwestor/właściciel nie został zaskoczony koniecznością natychmiastowego dostosowania swoich urządzeń reklamowych do przepisów uchwały, lecz skorzystał z określonego w jej treści terminu dostosowawczego. Okres dostosowawczy wynosi 24 miesiące</p>	
----	-----	--	---	---	--	---	--



30	4.1	01.12.2022 pismo	PT	<p>1. W § 2 Brak definicji tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego i szyldu</p> <p>Przykładowo dokładnie ta sama tablica reklamowa umieszczona na budynku może być tablicą reklamową lub szyldem, różnicuje to jedynie fakt prowadzenia lub nie działalności w tymże budynku. Należy to opisać by nie było wątpliwości.</p>	X		<p>Definicje zostały ujęte w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. a zgodnie z zasadami legislacji prawo niższego rzędu (uchwała rady gminy) nie powiela zapisów prawa wyższego rzędu (ustawy).</p>	
----	-----	---------------------	----	--	---	--	--	--

31	4.2		<p>2. w § 3 — wątpliwości dotyczące wyznaczenia granic obszaru historycznego w Centrum Mosiny tj. rynek i obszar wokół rynku jest bardzo zróżnicowany i łączy zarówno zabytki jak i budynki nimi nie będące, parkingi i drogi gminne, podobnie jak wiele innych miejsc w Mosinie. Jeżeli mamy być konsekwentni to nie ma żadnego uzasadnienia by granicę wyznacza Kanał Mosiński od wschodu czy szosa poznańska od zachodu, a zgodnie z tym podejściem, jeżeli ma być to konsekwentne, tą granicę powinno wyznaczać nadal istnienie ruchomości o charakterze historycznym. Jeżeli twórcy projektu rozciągnęli ten obszar znacząco poza Pl. 20 Października to powinni uwzględnić istnienie znaczących historycznie dla Mosiny innych nieruchomości (np. cegielnia, budynek Barwy, tzw. Kokotek, budynek dworca kolejowego) czyli np. obszar aż do torów kolejowych, a może i dalej. Wyodrębnione obszary mieszkalno-usługowe, przyrodnicze i przemysłowe charakteryzują się podobną specyfiką i funkcjonalnością wewnątrz obszarów, natomiast trudno jest porównać obszar Pałacu w Rogalinie i Majątku Rogalin gdzie po prostu nie chcemy reklam bo to generalnie muzeum z miejską specyfiką Centrum Mosiny łączącą funkcjonalność mieszkalno-usługową, sensu stricto historyczną a także przyrodniczą i nawet przemysłową uwzględniając fabrykę wyrobów betonowych. Restrykcje reklamowe dla obszaru mieszkalno-usługowego i tak byłyby</p>	X		<p>Granice obszaru historycznego niniejszej uchwały ustalone zostały m.in. w nawiązaniu do granic obszarowego wpisu do rejestru zabytków – układu urbanistycznego miasta Mosiny, co jest uzasadnione ze względu na cele ochrony tej przestrzeni.</p>	
----	-----	--	--	---	--	--	--

			<p>wystarczające dla obszaru wykraczającego poza pl. 20 października by uporządkować tę przestrzeń. O wiele bardziej pragmatyczne byłoby zatem uznanie, że na tym etapie obszarem historycznym jest sam rynek tj. pl. 20 Października wraz z działaniami na rzecz realnej rewitalizacji tego obszaru oraz przestrzeganie osobnych przepisów dot. zabytków w zakresie umieszczenia reklam na całym obszarze gminy.</p>			
--	--	--	---	--	--	--

32	4.3		<p>3. Kwestia wyznaczonego obszaru jako przestrzeni publicznej a realne oddziaływanie. Wątpliwość wzbudza zastosowanie proponowanych zapisów w realnym życiu wraz z konsekwencjami natury prawnej. Jeżeli uznamy, że zapisy projektu krajobrazowego tak samo dotyczą wspólnej przestrzeni przy głównych ciągach pieszych, handlowych..., jak i pasaży, podwórek, zaułków i to niezależnie czy są terenem prywatnym czy publicznym to dojdziemy do pewnego absurdu natury nie tylko prawnej, gdyż każda szeroko dostępna przestrzeń dla ludzi jest formalnie przestrzenią publiczną i wobec powyższego zapisy uchwały musiałyby dotyczyć także obszaru wewnątrz placówek handlowych czy usługowych. Niezbędne jest dookreślenie, że chodzi o przestrzeń zewnętrzną, a wcale nie jest to oczywiste. Podobnie kwestia realnego oddziaływania reklam i ich liczby w przypadku podwórek, pasaży. Sklep, restauracja, punkt usługowy musi się zareklamować czy oznaczyć zarówno wewnątrz pasażu jak i od strony ulicy. Takie zdublowanie jest niezbędne i logiczne by zachować zasady zdrowej konkurencji (vs. sklepy, usługi od strony głównych ulic) i dać się odnaleźć klientom wewnątrz podwórka. Jakie jest oddziaływanie kilkunastu nawet reklam producentów opon na prywatnym podwórku firmy wymieniającej opony? Postulowana walidacja tych rozwiązań zapewne ujawniłaby kolejne aberracje wynikające ze sztywnej konstrukcji tych przepisów. Niezbędne jest</p>	X		<p>Uwaga uwzględniona w części. Ustawodawca art. 2 pkt 6) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym wprowadził definicję "obszaru przestrzeni publicznej". W tej definicji tej ustawodawca nie dookreślił czy "obszar przestrzeni publicznej" stanowi wewnątrz czy też wyłącznie zewnątrz budynków. W związku, z tym uchwała Rady Gminy nie może ograniczać rozumienia sformułowania definiowanego przez ustawę gdyż wtedy akt niższego rzędu ograniczałby rozumienie aktu wyższego rzędu. Takie uszczegółowienie byłoby niezgodne z zasadami legislacji obowiązującymi w Państwie prawa. Ponadto definicja ustawowa ta odnosi się do obszarów określonych w studium, w związku z tym sporządzający uchwałę uwzględnił niniejszą uwagę poprzez usunięcie z tekstu odniesień do "obszary przestrzeni publicznej" i "przestrzeni publicznej".</p>	
----	-----	--	--	---	--	--	--

				<p>uwzględnienie zagadnienia stopnia oddziaływania na wspólną (szeroką) przestrzeń publiczną. Postulat weryfikacji prawnej skutków tych zapisów w tym kontekście (zakresu przestrzeni publicznej i stopnia oddziaływania) jest także jak najbardziej uzasadniony.</p>				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

33	4.4		<p>4. Oklejanie witryn  O ile pojawiły się glosy dot. zbyt dużej liczby banerów i tablic reklamowych, wyglądu oraz ich lokalizacji to jednocześnie wprowadzono praktycznie całkowity zakaz oklejania witryn, czyli najbardziej restrykcyjną formułę (bardziej niż szyldy, banery, tablice i urządzenia reklamowe) wobec czegoś co nawet nie pojawiło się jako problem w czasie publicznej dyskusji. Plakatowy format A2 wystarczy do zamieszczenia jakiś podstawowych informacji w liczbie 1 na lokal. Ponadto w obszarze przemysłowym w ogóle nie jest nawet i to A2 wymienione co łącznie z zapisem, że zakazuje się co nie jest dopuszczone delegalizuje nawet i ten format A2. Tymczasem oklejanie witryn pełni często wiele innych funkcji np. zapewnienia intymności klientów usług fryzjerskich, kosmetycznych czy medycznych, zasłonięcia ze względu bezpieczeństwa obszaru gdzie jest kasa czy towar, zasłonięcia okna ubikacji (są takie przypadki), ograniczenia nagrzewania w słoneczne dni.</p>	X		<p>Uwaga uwzględniona w części – wprowadzono 30% pow. szyb witryn lub drzwi.</p> <p>Wskazać należy, że dopuszczona powierzchnia wyklenia dotyczy tablicy reklamowej (zgodnie z definicją art.2 pkt 16b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym). Natomiast dopuszczone zostało wyklejanie okna w całości np. jednolitą folią mleczną, którą nie zawiera treści reklamowych. Należy jednak pamiętać, że w lokalach, w których przebywają osoby należy zapewnić odpowiedni dostęp światła słonecznego.</p>	
34	4.5		<p>5. Ogrodzenia  Współczesne ogrodzenia betonowe to zupełnie co innego niż kiedyś. Kto zdecydował, że pełne ogrodzenie drewniane z byle jakich, tanich paneli jest „ok” a z współczesnej oferty elementów betonowych stylizowanych na drewniane już nie?. A co gdy nie podobają się tanie, marketowe ogrodzenia kute rdzewiejące po miesiącu, czy tak ostatnio modne druciane panele czy gabiony... zakazywać tego Innym?.</p>	X		<p>Zapis uchwały nie zakazuje wprowadzania ogrodzeń drewnianych i niskiej estetyce zakładając ich przeszłościową biodegradowalność. Z kolei ogranicza lokalizację "ogrodzeń pełnych wykonanych w całości z elementów: betonowych lub żelbetowych,". W zapisie tym jednak wprowadzone są trzy warunki sytuowania takich ogrodzeń: pełne, wykonane w</p>	

				<p>To powinien być wynik społecznego konsensusu mającego swój wyraz w mpzp czy wz, a nie uchwałe, której znakomita większość mieszkańców nawet nie przeczyta bo uzna, że jej nie dotyczy.</p>		<p>całości, z elementów betonowych lub prefabrykowanych. Co oznacza, że zgodnie z uchwałą, ogrodzenie z tzw. "betonowych desek" o ile np. będzie posiadało prześwity (nie będzie pełnym ogrodzeniem) będzie mogło być lokalizowane.</p>	
35	4.6			<p>6. Walidacja, w tym kwestie prawne  - Przy tworzeniu projektu dokonano inwentaryzacji reklam (ilość, typ, lokalizacja), ale czytokołwiek zadał sobie trud sprawdzenia jak proponowane kryteria (odległości, liczba, grubości, wymiary) wpłyną chociażby na obszary, które przede wszystkim twórcy projektu chcą uporządkować?  Czy np. uwzględniono specyfikę, że fronty budynków na rynku są bardzo wąskie i w konfrontacji z kryteriami w uchwale tylko w co 2-giej nieruchomości potykacze czy inne urządzenia reklamowe będą legalne?.  Pytanie kto wskaże które są legalne a które nie, na podstawie jakich przesłanek...pierwszy z lewej czy z prawej?  czy ktokołwiek zweryfikował zgodność z prawem postulowanych rozwiązań?  - czy ktokołwiek sprawdził czy nie ma kolizji z innymi aktami prawnymi (np. ustawa o planowaniu przestrzennym, konstytucja RP)?</p>	X	<p>Autor przedstawił pytanie, nie sformułował jednak uwagi.</p>	

36	4.7			Czy zastanowiono się jak realnie wpłyną proponowane zapisy...przykład:Istnieje dla każdego obszaru zapis:zakazuje się instalowania:w innych formach niż dopuszczone w pkt 2, z uwzględnieniem przepisów odrębnych	X		Zakazane zostały inne formy nośników, z wyłączeniem tych które zostały określone w przepisach szczegółowych i są istotne ze względu na prowadzoną działalność. Zapis jest wskazany i konieczny.	
37	4.8			nie ma mowy o oklejaniu samochodów, inne przepisy nie podejmują tego tematu, zatem czy wjazd i postój oklejonego reklamą auta na terenie gminy będzie legalny?.	X		Wniesiona uwaga odnosi się do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych na pojazdach (na samochodzie lub przyczepie – pojeździe albo urządzeniu przestawnym). Ze względu na brak możliwości egzekucji takich rozwiązań, niniejsza uchwała nie obejmuje tego typu urządzeń.  Dodatkowo należy zauważyć, że art. 1 prawa budowlanego, normuje działalność obejmującą sprawy projektowania, budowy, utrzymania i rozbiórki obiektów budowlanych oraz określa zasady działania organów administracji publicznej w tych dziedzinach.  Trudno uznać, aby reklama mobilna albo reklama obnoszona mogły zostać uznana za element zagospodarowania przestrzeni lub przybierać postać	



								obiektów budowlanych, w odniesieniu do pojazdów, które są sprawne i mają aktualne badania techniczne.	
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--