DZIENNIK URZĘDOWY
WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO

Łódź, dnia 16 grudnia 2016 r.

Poz. 5588

Elektronicznie podpisany przez:
Anna Siwińska
Data: 2016-12-16 09:29:31

UCHWAŁA NR XXXVII/966/16
RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI

z dnia 16 listopada 2016 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2016 r. poz. 446 i 1579) oraz art. 37a ust. 1 i 4 oraz art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2016 r. poz. 778, 904, 961, 1250 i 1579), Rada Miejska w Łodzi **uchwala, co następuje:**

§ 1. Ustala się 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, dla miasta Łodzi, określone w załączniku Nr 1 do uchwały.

§ 2. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Łodzi uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

§ 3. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Łodzi.

§ 4. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Łódzkiego.

Przewodniczący
Rady Miejskiej w Łodzi

Tomasz KACPRZAK

Załącznik Nr 1
do uchwały Nr XXXVII/966/16
Rady Miejskiej w Łodzi
z dnia 16 listopada 2016 r.

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, dla miasta Łodzi

DZIAŁ I
Przepisy ogólne

§ 1. Celem zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi, zwanych dalej Zasadami jest:

1) dążenie do zachowania i kształtowania ładu przestrzennego na obszarze miasta Łodzi poprzez opracowanie zasad prawa miejscowego;

2) ochrona krajobrazu kulturowego i tożsamości miasta Łodzi, a także poprawa jego wizerunku poprzez przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom degradacji przestrzeni miasta Łodzi, w tym szczególnie niekontrolowanej ekspansji reklamy zewnętrznej w krajobrazie miejskim;

3) skuteczna poprawa estetyki przestrzeni publicznych oraz wsparcie w procesie rewitalizacji zdegradowanej tkanki miejskiej, a także realizacja polityki przestrzennej miasta Łodzi zdefiniowanej w Strategii przestrzennego rozwoju Łodzi 2020+, przyjętej uchwałą Nr LV/1146/13 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 stycznia 2013 r., a także jej rozwinięcia wynikającego z Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+, przyjętego uchwałą Nr XI/211/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 29 kwietnia 2015 r.;

4) wzmocnienie poczucia tożsamości i przynależności użytkowników przestrzeni publicznych, a także dążenie do ogólnej lepszej jakości życia mieszkańców.

§ 2. 1. Ilekroć w niniejszych Zasadach jest mowa o:

1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na tkaninie, miękkim tworzywie sztucznym lub na papierowej folii impregnowanej, z wyłączeniem reklam umieszczanych w gablotach ekspozycyjnych;

2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nieoświetloną, oświetloną lub podświetloną o standardowych wymiarach powierzchni ekspozycyjnej w układzie poziomym, w następujących formatach (pozostałe formaty nie są dopuszczone uchwałą):

   a) 9 m^2 (2,47x3,54 m),

   b) 12 m^2 (3x4 m lub 2,38x5,04 m),

   c) 18 m^2 (3x6 m);

3) **budynku użyteczności publicznej** – należy przez to rozumieć budynek użyteczności publicznej w rozumieniu przepisów rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. z 2015 r. poz. 1422);

4) **budynku historycznym, ogrodzeniu historycznym lub obiekcie historycznym** – należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, niewpisane do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków, powstałe przed rokiem 1945;

5) **budynku zabytkowym, ogrodzeniu zabytkowym lub obiekcie zabytkowym** – należy przez to rozumieć odpowiednio budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, wpisane do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków;

6) **ekspozytorze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci nietrwale związanej z gruntem formy przestrzennej, zawierającej treści reklamowe lub informacyjne, przeznaczonej

do czasowej ekspozycji/promocji, mającej na celu zaprezentowanie działalności gospodarczej lub oferty reklamowej, w tym stelaże wystawiennicze, stoiska promocyjno-reklamowe, balony, bramy, namioty dmuchane i stelażowe, flagi, projekcje, transparenty, tarcze, płytki, sterowce itp.;

7) **elementach wygrodzeniowych** – należy przez to rozumieć wszelkie obiekty umieszczone, w celu wygrodzenia przestrzeni, np. przęsła wygrodzeniowe, donice z roślinnością, żywopłot, elementy kamienne, barierki, słupki itp.;

8) **fladze elewacyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału sytuowane prostopadle do elewacji, montowane na konstrukcji kotwionej w elewacji między podziałami okiennymi;

9) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci oszklonej szafki, służące do wystawiania eksponatów oraz zamieszczania reklamy lub informacji o powierzchni do 3 m^2, w tym szczególnie City Light Poster (CLP), tj. podświetlone urządzenie reklamowe służące do zamieszczania plakatów „Eurosize", w tym przewijanych plakatów oraz elektronicznych plakatów, o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycyjnej 1,2 x 1,8 m;

10) **identyfikacji wizualnej** – należy przez to rozumieć spójny system form wizualnych i symboli stanowiących o identyfikacji wybranej działalności, mający na celu, poprzez graficzne oznaczenie w dowolnej formie, wyróżnienie jej spośród konkurencyjnych działalności i kreowanie jej wizerunku;

11) **kasetonie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, posiadające wewnętrzne źródło światła;

12) **kolorach jaskrawych** należy przez to rozumieć kolory oślepiające, fluorescencyjne, które w sposób rażący wyróżniają się z otaczającej przestrzeni;

13) **literach przestrzennych, logo przestrzennym, logotypie przestrzennym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy napisu lub logo, nieposiadające tła, stanowiące reklamę lub nazwę własną instytucji;

14) **logo, logotypie** – należy przez to rozumieć odpowiednio symbol graficzny lub napis i symbol graficzny, stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp.;

15) **lokalu** – należy przez to rozumieć lokal użytkowy, mieszkalny lub lokal o innym przeznaczeniu, a także pomieszczenia zlokalizowane w budynku frontowym lub oficynie;

16) **markizie** – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek, osłaniający okno, drzwi, ogródek gastronomiczny lub witrynę sklepową, mogący zawierać wkomponowaną w lambrekin reklamę;

17) **maszcie flagowym** – należy przez to rozumieć pionowe urządzenie reklamowe w postaci wysokiego słupa lub pionowej konstrukcji, bez wyodrębnionej podstawy mocowany w gruncie, z flagą zawierającą treści reklamowe, zlokalizowane na terenie lub bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;

18) **meblach miejskich** – należy przez to rozumieć obiekty małej architektury, stanowiące elementy wyposażenia przestrzeni dostępnych publicznie, w tym między innymi: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty przystankowe, elementy oświetlenia, separatory itp.;

19) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, niosące lub zawierające wkomponowany w malowidło przekaz reklamowy, z wyłączeniem murali reklamowych powstałych do roku 1989 jako kompozycje plastyczne bez aktualnej treści reklamowej;

20) **neonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzące napis o treści reklamowej lub kompozycję plastyczną zawierającą wkomponowany przekaz reklamowy, z wyłączeniem neonów powstałych do roku 1989 lub ich rekonstrukcji oraz neonów stanowiących wyłącznie kompozycję plastyczną;

21) **obiekcie małej architektury** – należy przez to rozumieć obiekty małej architektury w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (Dz. U. z 2016 r. poz. 290, 961, 1165 i 1250);

22) **ogródku gastronomicznym** – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych;

23) **oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld o powierzchni ekspozycyjnej czytelnej po zmierzchu dzięki zastosowaniu własnego, wewnętrznego lub zewnętrznego źródła światła;

24) **pasie reklamowym** – należy przez to rozumieć przestrzeń na elewacji, zamykającą się między górną krawędzią witryny lub drzwiami do lokalu, a elementem architektonicznym oddzielającym pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującym w postaci np. gzymsu, podziału w wykończeniu elewacji, uskoku, a w przypadku gdy taki element nie występuje – do poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku;

25) **plakacie** – należy przez to rozumieć reklamę w postaci druku jednostronnego lub dwustronnego, o charakterze reklamowo-informacyjnym, służącego do umieszczania w przestrzeni publicznej, umieszczonego bezpośrednio na ścianie lub przystosowanej do tego celu tablicy, w tym: na billboardzie, powierzchni słupa ogłoszeniowego, w gablocie lub witrynie;

26) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej;

27) **przestrzeni dostępnej publicznie** – należy przez to rozumieć obszar stanowiący szczególnie tereny placów, parków, zieleńców lub ciągów komunikacyjnych do linii zabudowy wraz z elewacjami frontowymi i szczególnie eksponowanymi elewacjami bocznymi budynków oraz elementy zagospodarowania widoczne z tego obszaru;

28) **pylonie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla umieszczonego na nim komponentu kilku bądź kilkunastu szyldów o jednakowych gabarytach, o wysokości do 7 metrów, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku;

29) **RAL (systemie RAL)** – należy przez to rozumieć system oznaczania kolorów RAL Classic, opracowany przez Niemiecki Instytut Jakości i Oznaczeń RAL i publikowany w formie wzorników kolorów, na który składają się: napis „RAL" oraz cztery cyfry, z których pierwsze dwie sygnalizują przynależność koloru do umownie określonych grup odcieni (np. RAL 10xx- grupa odcieni żółtych, RAL 90xx-grupa odcieni białych i czarnych);

30) **reklamie, tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie** – należy przez to rozumieć odpowiednio reklamę, tablicę reklamową, urządzenie reklamowe, szyld w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;

31) **reklamie emitującej zmienne światło oraz umożliwiającej bieżącą zmianę informacji wizualnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o elektronicznej lub cyfrowej powierzchni ekspozycyjnej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego lub zmiennego komunikatu lub w formie ruchomych obrazów i efektów wizualnych, w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, telebim itp. oraz reklamę audiowizualną generowaną przy pomocy urządzeń multimedialnych emitujących treści reklamowe lub informacyjne w formie wyświetlanego zmiennego obrazu lub dźwięku, w tym projektory i projektory holograficzne;

32) **reklamie mobilnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe lub reklamę umieszczoną na przyczepach samochodowych, lawetach, innych konstrukcjach i pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej w tym pojazdach z wyklejoną reklamą szybą przednią itp. oraz reklamę obnoszoną;

33) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych oraz naklejanej na powierzchni innych obiektów trwale związanych z gruntem;

34) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na okres nie dłuższy niż 21 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia wraz z usunięciem do 5 dni robo-

czych po wydarzeniu (łącznie nie dłużej niż 40 dni kalendarzowych); dotyczy wyłącznie wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych itp. lub pod patronatem Prezydenta Miasta Łodzi;

35) **reklamie tranzytowej** – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na środkach komunikacji miejskiej oraz w ramach systemu rowerów publicznych;

36) **reklamowej siatce ochronnej** – należy przez to rozumieć zabezpieczenie rusztowań, montowane wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych, zawierające treści reklamowe, umieszczone na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy;

37) **reklamie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld, trwale lub nietrwale związane z gruntem;

38) **siatce reklamowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci reklamy wykonanej na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki;

39) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe najczęściej w formie walca, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach itp.;

40) **stojaku reklamowym typu stojak z menu** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe np. w formie konstrukcji składającej się z gabloty na stelażu lub sztaludze malarskiej, prezentujące menu lokalu gastronomicznego, który ten stojak wystawia, w godzinach otwarcia lokalu gastronomicznego;

41) **stojaku reklamowym typu potykacz (koziołek reklamowy)** – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną powierzchnią ekspozycyjną o wymiarach nieprzekraczających 1,0x0,7 m w układzie pionowym;

42) **Systemie Informacji Miejskiej (SIM)** – należy przez to rozumieć jednolity system informacji obejmujący tablice, znaki informacyjne i przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji ulicowej, adresowej, kierunkowej oraz turystycznej, inne niż znaki drogowe;

43) **tablicy kierunkowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, wykonaną na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału o standardowym wymiarze 0,8x1,25 m, w układzie pionowym umieszczoną na słupie oświetleniowym, wskazującą lokalizację działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;

44) **totemie reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci wysokiego słupa lub innej pionowej konstrukcji, mocowanej w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, o wysokości powyżej 7 m, w którego górnej części umieszczone jest logo lub logotyp reklamowanej działalności gospodarczej, widoczny co najmniej z dwóch kierunków lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic o jednakowych gabarytach, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;

45) **uchwale** – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę;

46) **ustawie** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;

47) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia witryny oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia witryny a równoległą do niej płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeża witryny;

48) **wysięgniku** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe typu semafor, umieszczone prostopadle do elewacji budynku, wchodzące w przestrzeń ulicy lub podwórza;

49) **terenach zieleni** – należy przez to rozumieć tereny zgodnie z definicją z ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz. U. z 2015 r. poz. 1651, 1688 i 1936 oraz z 2016 r. poz. 422).

2. Określenia użyte w uchwale, a niezdefiniowane w ust. 1, dotyczące pojęć przewidzianych ustawą lub przepisami odrębnymi przywołanymi w treści uchwały, należy rozumieć w sposób zgodny z ich znaczeniem przyjętym na gruncie ustawy, a w przypadku braku definicji – w rozumieniu powszechnym zdefiniowanym przez słownik języka polskiego.

3. Uchwała nie narusza w szczególności przepisów ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2014 r. poz. 1446, z 2015 r. poz. 397, 774 i 1505 oraz z 2016 r. poz. 1330), przepisów prawa budowlanego, przepisów ochrony przyrody, przepisów dotyczących ochrony przeciwpożarowej oraz przepisów dotyczących dróg publicznych.

4. W rozumieniu uchwały, następujące informacje i dzieła artystyczne nie są uznawane za tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

1) aranżacje witryn lokalizowane od wewnętrznej strony witryny lokalu użytkowego, odsunięte co najmniej 0,1 m od szyby okna witryny, o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 50% powierzchni otworu okiennego, które nie emitują światła ani obrazu o zmiennej treści;

2) ekspozycje zmienne prezentujące ofertę działalności, lokalizowane od wewnętrznej strony witryny lokalu użytkowego, odsunięte 0,1 m od szyby okna witryny, w postaci spójnie zaprojektowanego systemu ofert z zastosowaniem jednolitego formatu tabliczek lub ramek o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 70% powierzchni otworu okiennego;

3) informacje o sprzedaży, wynajmie lokalu lub nieruchomości:

a) w przypadku lokalu użytkowego wyłącznie w formie wyklejenia informacji w witrynie, zajmującego nie więcej niż 10% pojedynczego szklenia witryny, z wykluczeniem stosowania kolorów jaskrawych,

b) w przypadku budynku lub nieruchomości niezabudowanej wyłącznie w formie tablicy o wymiarach 0,8x1,25 m w układzie pionowym umieszczonej na elewacji, ogrodzeniu lub na terenie nieruchomości przy wjeździe;

4) informacje o właścicielu lub operatorze tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego, lub innego urządzenia, takiego jak w szczególności bankomat, automat do sprzedaży napojów lub przekąsek, o powierzchni nieprzekraczającej 0,07 m^2;

5) informacje o ufundowaniu:

a) całościowej renowacji muralu sprzed 1989 r., obejmującego minimum 1/3 ściany, na której jest umieszczony,

b) odnowienia lub odtworzenia mozaiki wpisanej do rejestru zabytków, ewidencji zabytków albo do spisu dóbr kultury współczesnej, lub będącej elementem wystroju nieruchomości objętej ochroną konserwatorską wykonane w technice tożsamej z techniką wykonania powyższego dzieła artystycznego i w spójnej z nim kolorystyce, w formie nazwy, logo lub logotypu fundatora o powierzchni nieprzekraczającej 3% dzieła artystycznego;

6) informacje o ufundowaniu ławek przeznaczonych do ogólnodostępnego, bezwarunkowego i bezpłatnego użytku, umieszczonych w przestrzeni publicznej i spełniających warunki, o których mowa w § 12 i § 14 ust. 1 pkt 2 i 3 uchwały, umieszczone na tablicy metalowej o powierzchni nieprzekraczającej 0,02 m^2 z wytrawioną nazwą, logo lub logotypem fundatora;

7) elementy Systemu Informacji Miejskiej sytuowane na obszarze całego miasta Łodzi, zgodnie z przepisami odrębnymi, w tym elementy sytuowane w ramach szlaków promocyjno-turystycznych;

8) gabloty ekspozycyjne przeznaczone na cele informacyjne rad osiedli, tablice informacyjne i regulaminy na terenach zieleni, tablice inicjatyw lokalnych, gabloty na drobne ogłoszenia niekomercyjne, tablice do bezpłatnego plakatowania;

9) tablica informująca o wjeździe lub wyjeździe na teren, zawierająca maksymalnie logo, wizerunek strzałki lub napis wjazd lub wyjazd; maksymalny dopuszczony wymiar tablicy wynosi 0,6x0,9 m;

10) informacja o dostępnych usługach, w tym w szczególności mających znaczenie dla miasta Łodzi, jego społeczności lub użytecznych publicznie, informacje o dostępnej prasie lokalnej, a także informacje wymagane przepisami prawa, takie jak w szczególności informacje o usługach pocztowych, płatniczych, informacje o zakazie sprzedaży wyrobów tytoniowych itp. oraz dotyczące dostępności usług, w tym usług użytecznych publicznie, a także informacji o dopuszczalnym sposobie płatności za usługi lub towary prezentowanych w formie plakatów lub naklejek zawierających logo usługi, piktogramów, ogłoszeń itp. o wymiarach nieprzekraczających 0,9 m x 0,7 m, umieszczonych na obiekcie oferującym wymienione usługi;

11) tablica informująca o sponsorze lub autorze muralu artystycznego (jedynie dla muralu obejmującego minimum 25% elewacji, na której się znajduje), przy którym została usytuowana, wykonana z przeźroczystego lub półprzeźroczystego, trwałego i sztywnego materiału o grubości min 0,06 m i powierzchni nie przekraczającej 0,7 m^2, montowana za pomocą kołków dystansowych.

5. Uchwały nie stosuje się do tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, sytuowanych w podwórkach (w przypadku istnienia budynku frontowego) o ile nie są one widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie oraz we wnętrzach lokali usługowych poza obszarem witryny.

6. Podawane w uchwale wymiary dopuszczonych formatów posiadają dopuszczoną tolerancję +/-5%; obowiązujące w uchwale odległości liczone są od skrajnych elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

7. Przepisy uchwały dotyczące budynków mają zastosowanie również do obiektów budowlanych typu kiosk.

DZIAŁ II
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz szyldy
Rozdział 1
Przepisy ogólne dla całego obszaru miasta Łodzi

§ 3. 1. Ustala się następujący podział na obszary miasta Łodzi:

1) **Obszar Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej** – obszar ścisłej ochrony krajobrazowej historycznego układu urbanistycznego ulicy Piotrkowskiej, obejmującego ulicę Piotrkowską wraz z zabudową przylegających do niej kwartałów, plac Wolności oraz ulicę Moniuszki wpisane do rejestru zabytków i uznane za Pomnik Historii „Łódź - wielokulturowy krajobraz miasta przemysłowego”;

2) **Obszar „I”** – obszar ochrony historycznego krajobrazu miasta industrialnego przełomu XIX i XX w. stanowiący o tożsamości miasta i jego unikalnej wartości kulturowej, obejmujący w szczególności obszary zabytkowe wpisane do rejestru zabytków i uznane za Pomnik Historii, a także kwartały historycznej tkanki urbanistycznej podlegające procesom rewitalizacji obszarowej, czyli Rdzeń Strefy Wielkomiejskiej oraz obszar Nowego Centrum Łodzi; wprowadzone zasady mają na celu wyeliminowanie negatywnych zjawisk i elementów ograniczających lub uniemożliwiających zachowanie historycznego krajobrazu kulturowego i zapewnienie jego właściwej ekspozycji;

3) **Obszar „II”** – obszar obejmujący pozostałą część miasta; przyjęte dla Obszaru „II” zasady mają na celu kompleksowe uporządkowanie tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i szyldów oraz obiektów małej architektury i ogrodzeń, z uwzględnieniem ochrony niezurbanizowanych terenów zieleni.

2. Granice obszarów, o których mowa w ust. 1 pkt 2 i 3 określa załącznik graficzny do Zasad.

§ 4. 1. Dla obszarów, o których mowa w § 3 ust. 1, określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz szyldów do zasad i warunków w niej określonych:

1) dla Obszaru Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej – 1 rok;

2) dla Obszaru „I” – 1 rok;

3) dla Obszaru „II” – 5 lat, z wyjątkiem:

a) banerów reklamowych, reklam emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej oraz reklam mobilnych, dla których termin dostosowania wynosi 1 rok,

b) szyldów, dla których termin dostosowania wynosi 2 lata.

2. Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zasad i warunków określonych w uchwale:

1) dostosowanie ma nastąpić najpóźniej pierwszego dnia roboczego następującego po upływie terminu określonego w ust. 1;

2) w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy niezwłocznie doprowadzić teren lub obiekt do stanu poprzedniego, zapewniając jego należyty stan estetyczny i techniczny.

§ 5. 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) ustala się zakaz sytuowania lub umieszczania następujących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) banerów reklamowych, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej,

b) murali reklamowych,

c) reklam mobilnych,

d) plakatów, wlepek, naklejek, ulotek, ogłoszeń itp. poza miejscem do tego celu wyznaczonym;

2) ustala się zakaz przesłaniania elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie oraz o znaczeniu społeczno-kulturowym:

a) okien i witryn, z wyjątkiem dopuszczonych form szyldów i reklamy okolicznościowej,

b) detali architektonicznych, w szczególności gzymsów, pilastrów, lizen, kolumn, płycin, frontonów, naczółków, obramień okiennych, ornamentów i innych elementów dekoracyjnych oraz otworów wentylacyjnych, światła przejazdów bramnych, z wyjątkiem szyldów równoległych do lica ściany przejazdu bramnego,

c) elementów oznakowania SIM oraz znaków drogowych,

d) pola widoczności kamer wizyjnych monitoringu miejskiego;

3) ustala się zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem dopuszczonych form szyldów, zgodnie z przepisami szczegółowymi uchwały, na:

a) ogrodzeniach nieruchomości i innych elementach wygrodzeniowych, balustradach balkonów i tarasów, murach i konstrukcjach oporowych, z wyjątkiem dopuszczonych form szyldów, zgodnie z przepisami szczegółowymi,

b) dachach budynków z wyjątkiem liter, logo i logotypów przestrzennych,

c) pergolach śmietnikowych,

d) urządzeniach infrastruktury technicznej, takich jak np. stacje transformatorowe,

e) toaletach miejskich i kioskach, z wyjątkiem maksymalnie dwóch gablot ekspozycyjnych, o łącznej powierzchni nieprzekraczającej 6 m^2 dla jednego obiektu,

f) obiektach oświaty, szkolnictwa wyższego, nauki i wychowania,

g) terenach zieleni, w szpalerach drzew, pomnikach przyrody i pojedynczych drzewach oraz na zbiornikach wodnych i wodach płynących lub na ich tle, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej i ekspozytorów na czas trwania wystawy i imprezy plenerowej,

h) obiektach małej architektury z wyjątkiem wiat przystankowych;

4) ustala się następujące odległości minimalne dla sytuowania reklam wolnostojących:

a) 3 m od krawędzi jezdni, liczone prostopadle od krawędzi jezdni z uwzględnieniem wymogów widoczności wynikających z przepisów odrębnych,

b) w promieniu 50 m od pomników, miejsc pamięci oraz pomników przyrody,

c) w promieniu 20 m od sygnalizacji świetlnej, umieszczonej po tej samej stronie drogi,

d) w promieniu 50 m od początku skrzyżowania, rozumianego jako linia poprowadzona prostopadle do krawędzi jezdni od początku większego łuku danego wlotu, oddzielająca obszar skrzyżowania od ulicy (drogi) do niego dochodzącej, z wyłączeniem słupów reklamowych i gablot ekspozycyjnych;

5) ustala się następujące zasady dla reklam wolnostojących:

a) powinny być realizowane w formie trwale związanej z gruntem, tj. z umieszczonym pod powierzchnią terenu fundamentem, z wyjątkiem słupów ogłoszeniowych, stojaków reklamowych typu stojak z menu, potykacz (koziołek reklamowy) oraz ekspozytorów, dopuszczonych w przepisach szczegółowych uchwały,

b) powinny być lokalizowane z uwzględnieniem zagospodarowania całości terenu i sąsiedztwa oraz nie powinna powodować kolizji ze strukturą przestrzenno–komunikacyjną.

2. Ustala się następujące standardy jakościowe tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

1) w zakresie zasad kompozycji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) należy każdorazowo dostosować, zgodnie z zasadami i warunkami ustalonymi w uchwale, do indywidualnej kompozycji architektonicznej i plastycznej danego budynku,

b) należy umieszczać je w obrębie jednej elewacji lub witryny według jednolitych zasad, rozumianych jako stosowanie jednakowej formy, gabarytu i lokalizacji reklam z uwzględnieniem kompozycji i podziałów architektonicznych elewacji lub witryny, szczególnie osi poziomych i pionowych, w tym podziału stolarki okiennej, z zachowaniem wolnej przestrzeni otaczającej w stopniu zapewniającym ich właściwą ekspozycję,

c) należy każdorazowo wykonywać je starannie zgodnie z projektem oraz z zastosowaniem wysokiej jakości materiałów z wykluczeniem kolorów jaskrawych i wysokiego poziomu estetyczno-technicznego ich wykonania i zamocowania w sposób niezagrażający bezpieczeństwu, zgodnie ze sztuką budowlaną i zasadami wiedzy technicznej oraz utrzymywania w należytym stanie estetycznym i technicznym,

d) powinny być realizowane w odpowiedniej proporcji względem obiektu, w szczególności litery przestrzenne i logotypy przestrzenne, sytuowane na dachach budynków o maksymalnej wysokości konstrukcji:

- 1/5 wysokości budynku i nie więcej niż 1 m dla budynków o wysokości do 6 m,
- 1/5 wysokości budynku i nie więcej niż 2,4 m dla budynków o wysokości do 12 m,
- 1/5 wysokości budynku i nie więcej niż 5 m dla budynków o wysokości do 25 m,
- 1/10 wysokości budynku i nie więcej niż 6,0 m dla budynków o wysokości powyżej 25 m,

e) nie powinny przesłaniać okien pojazdów komunikacji publicznej w ramach reklamy tranzytowej, za wyjątkiem tylnej szyby w autobusach,

f) powinny być lokalizowane min. 0,5 m od numeru adresowego budynku i nazwy ulicy;

2) w zakresie zasad oświetlania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) reklamy emitujące zmienne światło oraz umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej dopuszcza się jedynie:

- w terenach placów dostępnych publicznie oraz placów publicznych z ograniczeniem ich liczby do jednego urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej na każde 30 000 m^2 i jednocześnie sytuowanych w odległości nie mniejszej niż 50 m od krawędzi pasa drogowego,
- informacje wyświetlane w obrębie pylonów reklamowych, dotyczące zmiennych cen stałych produktów (niezawierające nazwy producenta),
- jako elektroniczny plakat w gablotach typu CLP,

b) oświetlenie lub podświetlenie pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszcza się jedynie światłem o stałym natężeniu;

3) dla części konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących określa się jednolitą kolorystykę – szarą lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R, G, B R 038, G 046, B 056).

Rozdział 2
Przepisy szczegółowe

§ 6. Dla **Obszaru Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej** obowiązują granice i ustalenia określone w rozdziałach 1 i 2 uchwały Nr XXI/483/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie utworzenia Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej (Dz. Urz. Woj. Łódzkiego z 2016 r. poz. 174), zmienionej uchwałą Nr XXXIII/881/16 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 31 sierpnia 2016 r. (Dz. Urz. Woj. Łódzkiego poz. 4041).

§ 7. 1. **Dla Obszaru „I”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność:

1) dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacji budynku jedynie w poziomie parteru, wyznaczonego przez element oddzielający pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci np. gzymsu lub uskoku, a w przypadku, gdy taki element nie występuje – poziomu spodu stropu nad pierwszą kondygnacją nadziemną budynku, z wyjątkiem szyldów budynków użyteczności publicznej, zgodnie z pkt 5;

2) dla każdej działalności prowadzonej w parterze budynku frontowego dopuszcza się sytuowanie maksymalnie trzech sztuk szyldów, po jednym z każdego rodzaju, usytuowanych na jednej elewacji budynku, w miejscu w którym prowadzona jest działalność zgodnie z poniższymi zasadami sytuowania, w postaci:

a) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku:

- dla budynków zabytkowych i historycznych w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypu przestrzennego, zlokalizowanych nad witryną lokalu, w pasie reklamowym w osi symetrii witryny (lub witryn, jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), bez zastosowania tła w postaci tablicy, o wysokości nie większej niż 3/4 wysokości pasa reklamowego i jednocześnie nie wyższych niż 0,5 m; w przypadku braku pasa reklamowego dopuszcza się lokalizację liter w świetle witryny, w górnej jej części i w osi symetrii,

- dla pozostałych budynków w wybranej formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypu przestrzennego, zlokalizowanych nad witryną lokalu, dopasowanych do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub kasetonu reklamowego o powierzchni nieprzekraczającej 1,5 m^2, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowanego do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki/ślusarki witryny,

b) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nieprzekraczającej 0,3 m^2 w formie tablicy o grubości nie mniejszej niż 0,006 m, montowanych do elewacji przy pomocy śrub dystansowych; szyld oraz zestaw szyldów powinien być dostosowany do wysokości boni i nie przekraczający ich szerokości, jeśli występuje ten rodzaj artykulacji architektonicznej; zestaw tego rodzaju szyldów różnych podmiotów musi być zaprojektowany w sposób kompleksowy, w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję; ten rodzaj szyldów należy montować po obu stronach przejazdu bramnego lub na wewnętrznych ścianach przejazdu bramnego lub w pobliżu głównego wejścia do budynku,

c) jednego szyldu prostopadłego do lica elewacji w formie wysięgnika:

- dla budynków zabytkowych i historycznych, montowanego na elewacji w polu pasa reklamowego, w sąsiedztwie witryny lub przejazdu bramnego; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 0,8 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3 m^2; dopuszcza się wyłącznie ramię mocujące wysięgnika w formie stylizowanej,

- dla pozostałych budynków, montowanego na elewacji, w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 0,8 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3 m^2,

d) wyklejenia na szybach witryn wystawowych, okien i drzwi wejściowych do lokalu, o powierzchni nieprzekraczającej 10% powierzchni pojedynczego szklenia witryny lub wyklejenia 100% powierzchni górnej części witryny (dla budynków innych niż historyczne i zabytkowe), oddzielonej poziomym szprosem od części dolnej;

3) dla działalności prowadzonych poza parterem budynku frontowego dopuszcza się wyłącznie szyld zgodny z pkt. 2 lit. b, umieszczony na elewacji frontowej, w prześwicie bramnym lub przy wejściu do budynku; dopuszcza się ponadto umieszczenie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypów przestrzennych nad przejazdem bramnym budynku frontowego dla jednego lokalu dostępnego z podwórza, przejazdu bramnego lub zlokalizowanego poza parterem budynku frontowego;

4) w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność – od frontu nieruchomości, rozumianego jako ustalona linia pierzei danej ulicy lub linii rozgraniczającej pas drogowy i granicę działki, dopuszcza się umieszczenie dodatkowego szyldu:

a) na ogrodzeniu nieruchomości, na elementach murowanych ogrodzenia (słupkach) lub w przypadku ich braku na ażurowych przęsłach, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości w formie określonej w pkt. 2 lit. b; kompozycja szyldów powinna być zwarta i jednorodna oraz zajmować nie więcej niż 60% pojedynczego elementu, na którym są umieszczone (słupka lub przęsła ogrodzeniowego),

b) nad wejściem lub wjazdem na teren nieruchomości (nad bramą lub furtką), w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypów przestrzennych mocowanych w płaszczyźnie ogrodzenia,

c) jako jeden element wolnostojący, w formie pylonu reklamowego o szerokości do 1,50 m i wysokości do 7,0 m z zastrzeżeniem, że jego wysokość nie będzie przekraczać wysokości zabudowy; w przypadku, gdy jeden nośnik nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu reklamowego o analogicznej formie, gabarycie i lokalizacji symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości;

5) dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej 12 m:

a) dopuszcza się umieszczenie po jednym, dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na elewację i jednocześnie nie więcej niż trzy na budynek, na wybranych elewacjach lub na dachu, wyłącznie w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypów przestrzennych zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,

b) dopuszcza się umieszczanie szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących, w liczbie maksymalnie dwóch na jedną działalność gospodarczą, w formie:

- liter przestrzennych i logotypów przestrzennych równoległych do lica elewacji budynku umieszczonych w sposób zgrupowany i jednorodny, na ścianach szczytowych lub gładkich powierzchniach ścian, właściwych do ich ekspozycji,

- wysięgników, które należy umieszczać na elewacji wyłącznie w poziomie wejść do obiektu, w sposób jednorodny w obrębie wszystkich elewacji w formie wysięgników, zgodnie z pkt. 2 lit. c,

- flag elewacyjnych, wyłącznie w formie ujednoliconej stylistycznie dla całej elewacji;

6) dla sezonowych ogródków gastronomicznych dopuszcza się szyldy na meblach stanowiących wyposażenie sezonowych ogródków gastronomicznych w formie ograniczonej do nazwy i logo podmiotu prowadzącego działalność w ogródku lub nazw i logo, produktów oferowanych w ogródku umieszczanych wyłącznie na lambrekinach parasoli lub markiz, stanowiących zadaszenie ogródka lub na elementach wygrodzeniowych i meblach, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element oraz ograniczenia ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła wygrodzeniowego, donicy z roślinnością, krzesła lub stolika.

2. **Dla Obszaru „I”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldem oraz ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) dopuszcza się jedynie:

a) litery przestrzenne, logo przestrzenne i logotypy przestrzenne sytuowane na ścianie bocznej budynku wyłącznie w przypadku elewacji w dobrym stanie technicznym bez licznych otworów okiennych (tj. nie więcej niż 3) i bez detali architektonicznych; skala elementów winna być dopasowana zgodnie z zasadą proporcji określoną w § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,

b) kasetony reklamowe:

- dla budynków zabytkowych i historycznych – jako aranżację witryny, tylko w górnej części stolarki, umieszczonego symetrycznie względem osi witryny, w górnej części witryny, z zachowaniem odstępu od jej krawędzi co najmniej 10 cm,

- dla pozostałych budynków – zlokalizowane nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki i ślusarki witryny,

c) neony:

- dla budynków zabytkowych i historycznych – w formie logo lub napisu, pod warunkiem montowania takiego neonu w górnej części witryny lub okna od strony wnętrza lokalu, wycofanego względem płaszczyzny witryny nie mniej niż o 0,2 m, umieszczonego symetrycznie względem osi witryny, z zachowaniem odstępów nie mniejszych niż 0,1 m od jej krawędzi,

- dla pozostałych budynków umieszczone równolegle do lica elewacji budynku i zlokalizowane nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność lub umieszczone prostopadle do elewacji, w taki sposób, aby dolna krawędź neonu znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a jego wymiar nie przekraczał 0,8 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca neonu) oraz o powierzchni reklamowej nieprzekraczającej 0,3 m²,

d) gabloty ekspozycyjne:

- sytuowane przy witrynie lub wejściu do lokalu,

- sytuowane na elementach murowanych ogrodzenia, a w przypadku ich braku na ażurowych przęsłach, przy wyjściu lub wjeździe na teren posesji; rozmiar gabloty ogranicza się do rozmiaru pojedynczego elementu, na którym jest umieszczona, przy czym nie może ona zajmować więcej niż 60% powierzchni danego elementu ogrodzenia,

e) reklamowe siatki ochronne sytuowane na rusztowaniach, wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej na okres do 8 miesięcy; treści reklamowe umieszczone symetrycznie nie mogą zajmować więcej niż 70% powierzchni siatki ochronnej, a na pozostałej części siatki umieszczony zostanie wizerunek remontowanej elewacji; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na rusztowaniach na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie;

2) w zakresie wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszcza się jedynie:

a) gabloty ekspozycyjne typu City Light Poster (CLP):

- określa się minimalne odległości pomiędzy nimi, nie mniejsze niż 30 m,

- dopuszcza się zmniejszenie odległości, o której mowa w tiret pierwsze, w sytuacji gdy gabloty stanowią spójnie zaprojektowaną grupę kilku nośników, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej,

- dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu City Light Poster zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania wiaty od strony najazdowej,

b) słupy ogłoszeniowo-reklamowe:

- określa się minimalne odległości pomiędzy nimi, nie mniejsze niż 50 m,

- wysokość do 5 m wysokości, przy czym słupy powyżej 3,5 m muszą posiadać dwie części ekspozycyjne oddzielone od siebie elementem ozdobnym, nie szerszym niż 0,3 m,

- szerokość lub średnica do 1,5 m na wysokości części ekspozycyjnej,

- dopuszcza się wyłącznie słupy o jednorodnej formie – kolor czapy i cokołu: szary lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R, G, B R 038, G 046, B 056),

c) ekspozytory – wyłącznie jako reklamę okolicznościową, a w przypadku stoisk promocyjno-reklamowych działalności gospodarczej, jednorazowy czas użytkowania nie będzie przekraczać 2 tygodni, a przerwa pomiędzy ekspozycjami wynosić będzie min. 2 tygodnie,

d) maszty flagowe:

- nie dopuszcza się sytuowania masztów flagowych na nieruchomości, na której znajduje się budynek zabytkowy lub historyczny oraz w taki sposób, który powoduje przesłonięcie takich budynków na działkach sąsiednich,

- dopuszcza się maszty o maksymalnej wysokości do 8 m i maksymalnych wymiarach flagi 4x2 m w układzie pionowym,

- dopuszcza się lokalizowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów, liczącej maksymalnie trzy maszty, w granicach jednej nieruchomości,

e) stojaki reklamowe typu stojaki z menu prezentujące ofertę lokalu gastronomicznego, wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu; dla każdego lokalu dopuszcza się jeden stojak z menu,

f) litery przestrzenne z nazwą podmiotu realizującego zagospodarowanie przestrzeni publicznej w miejscu jej realizacji, nie wyższe niż 5 m.

§ 8. 1. **Dla Obszaru „II”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność:

1) na budynkach zabytkowych i historycznych, obowiązują zasady i warunki sytuowania szyldów zgodnie z § 7 ust. 1;

2) dla pozostałych budynków obowiązują zasady i warunki sytuowania szyldów zgodnie z pkt 3-8;

3) dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacji budynku jedynie w poziomie kondygnacji, na której znajduje się zewnętrzne wejście do lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza z wyjątkiem szyldów budynków użyteczności publicznej, zgodnie z pkt 7;

4) dla każdej działalności prowadzonej w budynku i posiadającej zewnętrzne wejście do lokalu dopuszcza się sytuowanie maksymalnie trzech sztuk szyldów, po jednym z każdego rodzaju, usytuowanych na jednej elewacji, w miejscu, w którym prowadzona jest działalność, w granicach nieruchomości lub bezpośrednio przy wjeździe na teren nieruchomości, zgodnie z poniższymi zasadami sytuowania, w postaci:

a) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nie większej niż 3,0 m^2 w wybranej formie:

- liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypu przestrzennego zlokalizowanych nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność,

- kasetonu reklamowego, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, w którym prowadzona jest działalność,

- tablicy wykonanej z trwałego i sztywnego materiału, zlokalizowanego nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, w którym prowadzona jest działalność,

b) jednego szyldu równoległego do lica elewacji budynku o powierzchni nieprzekraczającej 0,3 m^2 w formie tablicy o grubości nie mniejszej niż 0,006 m, montowanych do elewacji przy pomocy śrub dystansowych; zespół takich szyldów powinien być komponowany w pionach tworzących zwartą, jednorodną kompozycję; szyldy należy montować po obu stronach przejazdu bramnego lub na wewnętrznych ścianach bocznych przejazdu bramnego lub w pobliżu głównego wejścia do budynku,

c) jednego szyldu prostopadłego do lica budynku w formie wysięgnika, montowanego na elewacji w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 1,0 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika z semaforem) oraz powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5 m²,

d) wyklejenia o treściach informacyjnych lub reklamowych na szybach witryn wystawowych, okien i drzwi wejściowych do lokalu, o powierzchni nieprzekraczającej 30% powierzchni pojedynczego szklenia witryny, umieszczanych symetrycznie z zachowaniem spójnej kompozycji w obrębie witryny lub witryn lub wyklejenia 100% powierzchni górnej części witryny, okna lub drzwi, oddzielonej szprosem poziomym od jej dolnej części,

e) jednego elementu wolnostojącego w formie kompleksowo zaprojektowanego systemu szyldów, pylonu reklamowego lub totemu reklamowego:

- pylonu reklamowego o wysokości maksymalnej 7,0 m i szerokości maksymalnej do 2,5 m; ustala się minimalne odległości pomiędzy nośnikami 50 m i nie więcej niż jeden przy każdym wjeździe na teren nieruchomości; w szczególnym przypadku, gdy jeden nośnik nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie drugiego pylonu reklamowego o analogicznej formie, gabarycie i lokalizacji (symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości) lub jeden element wolnostojący w formie kompleksowo zaprojektowanego systemu szyldów, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości; dopuszcza się wyłącznie szyldy zaprojektowane w sposób kompleksowy, tworzące zwartą, jednorodną kompozycję; dopuszcza się powierzchnię pojedynczego szyldu nie większą niż 0,5 m²,

- totemu reklamowego o wysokości maksymalnej 30 m; wysokość i forma totemu reklamowego oraz jego lokalizacja winna być przewidziana w projekcie zagospodarowania terenu z uwzględnieniem charakteru i skali projektowanego obiektu budowlanego i jego otoczenia; ustala się minimalne odległości pomiędzy nośnikami 120 m i nie więcej niż jeden przy każdym wjeździe na teren nieruchomości;

5) dla działalności prowadzonych w budynku, nieposiadających zewnętrznego wejścia do lokalu, w którym prowadzona jest działalność, dopuszcza się wyłącznie szyld zgodny z pkt. 4 lit. b umieszczony na elewacji frontowej, w prześwicie bramnym lub przy wejściu do budynku; dopuszcza się ponadto umieszczenie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypów przestrzennych nad przejazdem bramnym dla jednego lokalu nieposiadającego zewnętrznego wejścia do lokalu;

6) w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność od frontu nieruchomości, rozumianej jako ustalona linia pierzei danej ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, dopuszcza się umieszczenie dodatkowego szyldu:

a) na ogrodzeniu nieruchomości, na elementach murowanych ogrodzenia (słupkach) lub w przypadku ich braku, na przęsłach, bezpośrednio przy wejściu lub wjeździe na teren nieruchomości w formie określonej w pkt. 4 lit. b; dopuszcza się wyłącznie szyldy zaprojektowane w sposób kompleksowy, tworzące zwartą, jednorodną kompozycję, przy czym nośniki te nie mogą zajmować więcej niż 80% pojedynczego elementu (słupka, przęsła ogrodzeniowego), na którym są umieszczone; dopuszcza się powierzchnię pojedynczego szyldu nieprzekraczającą 0,5 m²,

b) dopuszcza się ponadto umieszczenie szyldu w formie liter przestrzennych, mocowanych w płaszczyźnie ogrodzenia, nad wejściem lub wjazdem na teren nieruchomości (nad bramą lub furtką);

7) dla obiektów użyteczności publicznej o wysokości powyżej 12 m:

a) dopuszcza się umieszczenie po jednym, dodatkowym szyldzie, stanowiącym nazwę obiektu, na elewację i jednocześnie nie więcej niż dwa na budynek, na wybranych elewacjach lub na dachu, wyłącznie w formie liter przestrzennych, logo przestrzennego lub logotypów przestrzennych zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,

b) dopuszcza się umieszczanie szyldów podmiotów gospodarczych w nim się znajdujących w formie:

- liter i logotypów przestrzennych lub kasetonów równoległych do lica elewacji budynku umieszczonych w sposób zgrupowany i jednorodny, na ścianach szczytowych lub gładkich powierzchniach ścian, właściwych do ich ekspozycji,

- wysięgniki, które należy umieszczać na elewacji wyłącznie w poziomie wejść do obiektu, w sposób jednorodny w obrębie wszystkich elewacji w formie wysięgników, zgodnie z pkt. 4 lit. c,

- flag elewacyjnych, wyłącznie w formie ujednoliconej stylistycznie dla całej elewacji;

8) dla sezonowych ogródków gastronomicznych dopuszcza się szyldy w formie ograniczonej do nazwy i logo podmiotu prowadzącego działalność w ogródku lub nazw i logo, produktów oferowanych w ogródku umieszczanych wyłącznie na lambrekinach parasoli lub markiz, stanowiących zadaszenie ogródka lub na elementach wygrodzeniowych i meblach, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element oraz ograniczenia ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła wygrodzeniowego, donicy z roślinnością, krzesła lub stolika.

2. **Dla Obszaru „II”** ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych oraz ich gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane:

1) na budynkach zabytkowych i historycznych, obowiązują zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, zgodnie z § 7 ust. 2;

2) dla pozostałych budynków obowiązują zasady i warunki sytuowania szyldów zgodnie z lit. a-j:

a) billboardy o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18 m^2 i jednocześnie zajmujące nie więcej niż 1/4 ogólnej powierzchni ściany szczytowej, bez licznych otworów okiennych (tj. nie więcej niż 3) i detali architektonicznych, w należytym stanie estetycznym i technicznym; w przypadku montażu więcej niż jednego nośnika w obrębie jednej ściany, dopuszcza się wyłącznie jeden wybrany format, z zachowaniem spójnej kompozycji wszystkich nośników w obrębie ściany, ze szczególnym uwzględnieniem osi pionowych i poziomych; dopuszcza się jednocześnie nie więcej niż dwa billboardy tego samego formatu,

b) siatki reklamowe nieprzekraczające 1/4 powierzchni ściany bocznej bez otworów okiennych i detali architektonicznych, z zachowaniem poniższych warunków:

- zachowania maksymalnego okresu ekspozycji do maksymalnie 18 miesięcy,

- zachowania odstępu krawędzi reklamy od krawędzi obrysu ściany budynku – 0,5 m,

c) reklamowe siatki ochronne sytuowane na rusztowaniach, wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych, związanych z remontem lub konserwacją danej elewacji zewnętrznej na okres do 8 miesięcy; treści reklamowe umieszczone symetrycznie nie mogą zajmować więcej niż 70% powierzchni siatki ochronnej, a na pozostałej części siatki umieszczony zostanie wizerunek remontowanej elewacji; te same lub kolejne działania reklamowe mogą być prowadzone na rusztowaniach na danej elewacji nie wcześniej niż po upływie 5 lat, liczonych od ostatniego okresu, o którym mowa w niniejszym punkcie,

d) tablice wykonane z trwałego i sztywnego materiału nad witryną lub w górnej części witryny, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów ślusarki i stolarki witryny,

e) kasetony reklamowe zlokalizowane nad witryną lokalu lub w górnej części witryny, dopasowane do istniejących podziałów architektonicznych elewacji lub podziałów stolarki i ślusarki witryny,

f) gabloty ekspozycyjne w tym szczególnie typu City Light Poster (CLP) umieszczane przy witrynie lub wejściu do lokalu lub na ogrodzeniu, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia; wielkość oraz forma i wygląd gabloty powinny zostać dostosowane do kompozycji oraz charakteru elewacji danego budynku,

g) reklamy naklejane na powierzchnię okien i drzwi wejściowych do lokalu o powierzchni nieprzekraczającej 30% powierzchni pojedynczego szklenia witryny, umieszczanych centralnie, w dolnej lub w górnej części witryny lub 100% powierzchni górnej części witryny, oddzielonej szprosem poziomym od jej dolnej części,

h) litery przestrzenne, logo przestrzenne i logotypy przestrzenne:

- sytuowane na elewacji frontowej – do poziomu parteru, w formie dopasowanej do istniejących podziałów architektonicznych o wysokości 3/4 powierzchni, wpisującej się pomiędzy górną linię ościeży otworów okiennych lub drzwiowych a gzyms, jeżeli taki występuje i jednocześnie nie więcej niż 0,5 m,

- sytuowane na ścianie bocznej budynku wyłącznie w przypadku elewacji w dobrym stanie technicznym bez licznych otworów okiennych (tj. nie więcej niż 3) i detali architektonicznych; skala elementów winna być dopasowana do skali i proporcji ściany zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d, a także istniejących elementów jej zagospodarowania,
- sytuowane na dachach budynków w płaszczyźnie elewacji tych budynków, o maksymalnej, całkowitej wysokości konstrukcji zgodnie z § 5 ust. 2 pkt 1 lit. d,

i) wysięgniki umieszczane na elewacji, w sąsiedztwie witryny; wysięgniki należy umieszczać w taki sposób, aby dolna krawędź kasetonu lub tabliczki znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a ich wymiary nie przekraczały 1,0 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca wysięgnika z semaforem) oraz o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5 m²,

j) neony sytuowane równolegle do lica elewacji budynku, zlokalizowane nad witryną lokalu, w którym prowadzona jest działalność, umieszczone prostopadle lub równolegle do elewacji, w taki sposób, aby dolna krawędź neonu znajdowała się min. 2,5 m ponad poziomem posadzki chodnika, a jego wymiar nie przekraczał 1,0 m wysięgu (odległości od elewacji do krańca neonu) oraz powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,3 m²;

3) w zakresie reklam wolnostojących, dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe sytuowane w odległości nieprzekraczającej 50 m od istniejącej zabudowy, po tej samej stronie drogi, w postaci:

a) gablot ekspozycyjnych typu City Light Poster (CLP):

- określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami wolnostojącymi nie mniejsze niż 30 m,
- dopuszcza się ponadto gabloty typu City Light Poster zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem przesłaniania od strony najazdowej wiaty, bez określenia odległości pomiędzy nimi,

b) słupów ogłoszeniowo-reklamowych:

- określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami, nie mniejsze niż 50 m,
- wysokość do 5 m, przy czym słupy powyżej 3,5 m muszą posiadać dwie części ekspozycyjne oddzielone od siebie elementem ozdobnym, nie szerszym niż 0,3 m,
- szerokość lub średnica do 1,5 m, na wysokości części ekspozycyjnej,
- dopuszcza się wyłącznie słupy o jednorodnej formie - kolor czapy i cokołu: szary lub odpowiadający mu odcień z kart kolorów danego producenta (R, G, B R 038, G 046, B 056),

c) ekspozytorów – dopuszcza się jedynie jako reklamę okolicznościową, a w przypadku stoisk promocyjno-reklamowych działalności gospodarczej, jednorazowy czas użytkowania nie będzie przekraczać 2 tygodni, a przerwa pomiędzy ekspozycjami wynosić będzie min. 2 tygodnie,

d) masztów flagowych o maksymalnej wysokości do 12 m i maksymalnych wymiarach flagi 6x2 m, w układzie pionowym; dopuszcza się lokalizowanie jednego masztu lub jednej grupy masztów liczącej maksymalnie od trzech do dziewięciu masztów w granicach jednej nieruchomości; maszty winny być skomponowane właściwie z całością zagospodarowania terenu tj. w sposób uporządkowany, z zachowaniem osi kompozycyjnych,

e) stojaków reklamowych typu potykacze (koziołki reklamowe) wykonanych z trwałych i estetycznych materiałów, wyłącznie w czasie funkcjonowania lokalu; dla każdego lokalu dopuszczalny jest jeden stojak reklamowy,

f) stojaków reklamowych typu stojaki z menu prezentujących ofertę lokalu gastronomicznego, wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu; dla każdego lokalu gastronomicznego dopuszcza się jeden stojak z menu,

g) billboardów:

- o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 18 m^2, o wysokości całkowitej 8 m, z tolerancją 0,5 m z zastrzeżeniem, że dolna, pozioma krawędź billboardu nie może znajdować się niżej niż 4,5 m od poziomu terenu,
- określa się minimalne odległości pomiędzy nośnikami nie mniejsze niż 75 m,

h) totemów zgodnie z ust. 1 pkt. 4 lit. e tiret drugie,

i) tablic kierunkowych montowanych na słupach oświetleniowych z wyłączeniem:

- słupów oświetleniowych, które zajęte są już przez znaki drogowe lub inną tablicę kierunkową,
- zastosowania na tablicy elementów wskazujących jednoznacznie kierunek i odległość, w sposób mogący naśladować znaki drogowe i grafikę znaków drogowych,
- więcej niż czterech tablic kierunkowych dla jednego podmiotu gospodarczego, na odcinku ulicy ograniczonej skrzyżowaniami,
- więcej niż trzech takich samych tablic kierunkowych jednego podmiotu gospodarczego, umieszczonych szeregowo na kolejnych słupach oświetlenia, pod warunkiem spełnienia warunków, o których mowa w niniejszej literze,

j) liter przestrzennych z nazwą podmiotu realizującego zagospodarowanie przestrzeni publicznej w miejscu jej realizacji, nie wyższych niż 5 m.

DZIAŁ III
Ogrodzenia i obiekty małej architektury
Rozdział 1
Przepisy ogólne dla całego obszaru miasta Łodzi

§ 9. 1. Wyróżnia się Strefę Wielkomiejską, której granica określa dwa obszary regulacji (tj. w granicach Strefy Wielkomiejskiej oraz poza granicami Strefy Wielkomiejskiej).

2. Obszary, o których mowa w ust. 1 określa załącznik graficzny do Zasad.

§ 10. 1. Dla obszarów, o których mowa w § 9 ust. 1 określa się następujące terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury oraz ogrodzeń do zakazów, zasad i warunków w niej określonych:

1) dla Strefy Wielkomiejskiej – 5 lat;

2) dla pozostałego obszaru miasta Łodzi – 10 lat.

2. Obszar rezerwatu przyrody Polesie Konstantynowskie zwalnia się z obowiązku dostosowania ogrodzenia, istniejącego w dniu wejścia w życie uchwały, do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

§ 11. 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń jedynie w liniach rozgraniczających tereny, w linii pierzei, historycznych granic działek lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia jedynie w przypadku konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikających z przepisów odrębnych lub w przypadku zachowania w ten sposób zieleni wysokiej powyżej 10 lat, będącej w co najmniej dostatecznym stanie zdrowotnym, której przesadzenie mogłoby skutkować jej zniszczeniem;

2) zakazuje się grodzenia otwartych terenów zieleni w szczególności lasów, rezerwatów przyrody, pól, nieużytków zielonych, dolin rzecznych, oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo np. w granicach zespołów przyrodniczo-krajobrazowych, w strefach ścisłej ochrony i regulacji hydrologicznej oraz w granicach korytarzy ekologicznych, chyba że wynika to z przepisów odrębnych; zakaz nie dotyczy parków, skwerów i zieleńców.

2. Ustala się następujące zasady i warunki dla standardów jakościowych ogrodzeń:

1) należy zachować istniejące ogrodzenia zabytkowe i historyczne, w tym ich cechy stylistyczne i kolorystykę, z dopuszczeniem ich odtworzenia;

2) należy stosować jednolitą kolorystykę na całej długości ogrodzenia z zastosowaniem maksimum trzech barw.

3. Ustala się następujące zasady i warunki dotyczące materiałów ogrodzeń:

1) zakazuje się stosowania dla ogrodzeń poniższych materiałów:

a) prefabrykatów betonowych,

b) blach, w tym w szczególności ocynkowanych, falistych, trapezowych,

c) tworzyw sztucznych, w tym w szczególności siding, płyt poliwęglanowych, pleksiglas,

d) innych materiałów substandardowych, w tym w szczególności banerów reklamowych, plandek, remontowych siatek ochronnych, europalet, materiałów rozbiórkowych,

e) elementów mogących zagrażać bezpieczeństwu np. drutu kolczastego, chyba że wynika to z przepisów odrębnych;

2) dla tymczasowego wygrodzenia placu budowy wyłącznie na czas prowadzenia budowy dopuszcza się ogrodzenia z zastosowaniem:

a) blach ocynkowanych, falistych, trapezowych,

b) typowych siatek ogrodzeniowych i paneli lub siatek zgrzewanych,

c) plakatów ze sztywnego materiału, informujących o inwestycji budowlanej, realizowanej na danym terenie, dopasowanych do pojedynczego przęsła ogrodzenia.

§ 12. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, zwanych dalej obiektami:

1) obiekty należy sytuować w sposób niekolidujący z funkcjami i sposobem zagospodarowania przestrzeni;

2) obiekty należy sytuować w sposób zapewniający bezpieczeństwo użytkowania i nieograniczony dostęp dla osób niepełnosprawnych, zachowując min. 1,5 m swobodnego przejścia;

3) należy zachować spójność stylistyczną obiektów w ramach obszaru, na którym występują;

4) nie wymagają dostosowania do zasad i warunków uchwały obiekty inne niż meble miejskie i pergole śmietnikowe;

5) należy stosować następującą kolorystykę mebli miejskich:

a) elementy metalowe dopuszcza się jedynie w kolorystyce szarej lub odpowiadającym jej odcieniu z kart kolorów danego producenta (R, G, B R 038, G 046, B 056) z wyłączeniem obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub historycznym oraz placów zabaw,

b) pozostałe elementy w kolorach naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów.

Rozdział 2
Przepisy szczegółowe

§ 13. 1. Ustala się następujące zasady i warunki dla ogrodzeń w Strefie Wielkomiejskiej, dotyczące:

1) sytuowania – należy zachować ciągłość ogrodzenia na całej długości z wyjątkiem stref wjazdowych (bramy i przejścia pieszego, jeśli występują);

2) gabarytów – wysokość maksymalna powinna wynosić 2,8 m przy czym każdorazowo wysokość ogrodzenia musi zostać dopasowana indywidualnie do istniejących cech i warunków terenu lub budynku;

3) standardów jakościowych:

a) ogrodzenia pełne w formie murowanej dopuszcza się jedynie na odcinku lub odcinkach łącznie do 40% długości ogrodzenia,

b) łączna powierzchnia otworów i prześwitów powinna stanowić przedział 50-80% powierzchni przęsła,

c) należy akcentować rytm przęseł na całej długości ogrodzenia,

d) należy stosować kolorystykę malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń szarą lub czarną;

4) materiałów:

a) zakazuje się następujących materiałów o niskim standardzie:

- typowych siatek ogrodzeniowych i paneli/siatek zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego wygrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy oraz obiektów sportowych, np. boisk,

- drewna i innych materiałów użytych w formie nawiązującej do stylistyki regionalizmu jak np. słoma, wiklina,
- sztucznego kamienia elewacyjnego,
- tynków strukturalnych w tym w szczególności tynków mozaikowych, tynków typu „kornik”,

b) elementy murowane dopuszcza się w formie wykończonej:

- tynkiem zatartym na gładko,
- cegłą,
- kamieniem.

2. Poza Strefą Wielkomiejską dopuszcza się ogrodzenia pełne, murowane jedynie w przypadku konieczności uniknięcia kolizji wynikających z uciążliwości funkcji np. w zakresie hałasu, wibracji, zanieczyszczenia powietrza, zanieczyszczenia odpadami, oddziaływania komunikacji lub w przypadku konieczności zapewnienia bariery bezpieczeństwa dla ludzi lub zwierząt.

§ 14. 1. Ustala się następujące zasady i warunki dla obiektów małej architektury w Strefie Wielkomiejskiej:

1) ustala się obowiązek zachowania istniejących zabytkowych i historycznych obiektów małej architektury;

2) dopuszcza się wyłącznie jako formy ujednolicone stylistycznie i kolorystycznie oraz wykonane w stylistyce nawiązującej do dziedzictwa historycznej architektury miasta Łodzi;

3) dopuszcza się obiekty małej architektury wykonane z zastosowaniem jednolitych rozwiązań w zakresie materiałów, z jakich są wykonane, takich jak metal np. stal lub żeliwo z wykluczeniem stosowania tworzyw sztucznych, kamienia sztucznego oraz innych materiałów substandardowych;

4) pergole śmietnikowe należy sytuować zgodnie z poniższymi zasadami:

a) pergole śmietnikowe towarzyszące budynkom, ogrodzeniom lub obiektom zabytkowym i historycznym wyłącznie w formie i kolorystyce nawiązującej do historycznej zabudowy nieruchomości, wykonane z zastosowaniem filarów murowanych gładkich lub boniowanych oraz ażurowych przęseł stalowych lub kutych o łącznej powierzchni otworów i prześwitów stanowiącej od 60% do 80% powierzchni przęsła,

b) pergole śmietnikowe towarzyszące pozostałym budynkom, ogrodzeniom lub obiektom:

- w formie współczesnej, wykonanej w lekkiej konstrukcji stalowej z przęsłami ażurowymi, z przykładowym wypełnieniem ścian pergoli wykonanych z ażurowych siatek stalowych typu „mesh”, ażurowych, perforowanych stalowych siatek cięto-ciągnionych, lameli metalowych w układzie poziomym lub blach je imitujących typu T-7,
- w formie murowanych obiektów, gdy wszystkie istniejące obiekty na obszarze danego zespołu budynków, kwartału lub osiedla są murowane, a nowy obiekt stanowi kontynuację istniejącego wzoru.

2. Ustala się następujące zasady i warunki dla obiektów małej architektury poza Strefą Wielkomiejską:

1) dopuszcza się wyłącznie formy ujednolicone stylistycznie i kolorystycznie oraz wykonane w stylistyce współczesnej z trwałych materiałów z wykluczeniem stosowania tworzyw sztucznych oraz innych materiałów substandardowych;

2) pergole śmietnikowe należy sytuować zgodnie z poniższymi zasadami:

a) pergole śmietnikowe towarzyszące budynkom, ogrodzeniom lub obiektom zabytkowym i historycznym wyłącznie w formie i kolorystyce nawiązującej do historycznej zabudowy nieruchomości, wykonane z zastosowaniem filarów murowanych gładkich lub boniowanych oraz ażurowych przęseł stalowych lub kutych o łącznej powierzchni otworów i prześwitów stanowiącej od 60% do 80% powierzchni przęsła,

b) pergole śmietnikowe towarzyszące pozostałym budynkom, ogrodzeniom lub obiektom:

- w formie współczesnej, wykonanej w lekkiej konstrukcji stalowej z przęsłami ażurowymi, z przykładowym wypełnieniem ścian pergoli wykonanych z ażurowych siatek stalowych typu „mesh”, ażurowych, perforowanych stalowych siatek cięto-ciągnionych, lameli metalowych w układzie poziomym lub blach je imitujących typu T-7,

- w formie murowanych obiektów, gdy wszystkie istniejące obiekty na obszarze danego zespołu budynków, kwartału lub osiedla są murowane, a nowy obiekt stanowi kontynuację istniejącego wzoru.