

Załącznik nr 3.1.

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy w strefie A

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
na budynkach w kondygnacji parteru	I	w formie gabloty reklamowej, gdzie prezentowane są szczegóły oferty podmiotu prowadzącego działalność,	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	<p>a) maksymalnie 1 gablota przy 1 wejściu, w której mogą być prezentowane informacje różnych podmiotów łącznie,</p> <p>b) przy drzwiach wejściowych do budynku, przy wnęcie wejściowej lub przejściu bramnym na licu wewnętrznych ścian przejścia bramnego, z boku tego wejścia na powierzchni elewacji pomiędzy wejściem a krawędzią budynku, bądź krawędzią okna,</p> <p>c) w odległości od każdego z elementów wymienionych w lit. b minimum 10 cm,</p> <p>d) o wymiarach maksymalnych 70 cm x 150 cm i grubości maksymalnej 20 cm,</p> <p>e) lokalizowana równolegle do płaszczyzny elewacji,</p> <p>f) umieszczona centralnie w stosunku do elementów sąsiadujących takich jak krawędzie okna, drzwi,</p> <p>g) sięgające nie wyżej niż górna krawędź wnęki drzwiowej wejścia, bądź krawędź przejścia bramnego, przy czym za górną krawędź należy przyjąć krawędź tego fragmentu wnęki, który ma kształt prostokąta,</p> <p>h) zlokalizowana minimum 50 cm nad poziomem wejścia, spocznika schodów;</p>
na oknach budynków w kondygnacji parteru	II	w formie logo, logotypu, tablicy, plakatu, w tym zawieszonych od strony lokalu za szybą okienną, reklamy naklejanej na szybę	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	<p>a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 5 cm od krawędzi ramy okna z każdej strony,</p> <p>b) o powierzchni ekspozycyjnej zajmującej maksymalnie 10% powierzchni wszystkich szyb danego okna, przy czym dopuszcza się wyłącznie 1 reklamę o wymiarach maksymalnych 20 cm x 30 cm lokalizowaną na drzwiach wejściowych do lokalu;</p>

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
w oknach budynków w kondygnacji parteru	III	w formie witryny, gdzie eksponowane są towary dostępne w danym lokalu	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	<p>a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 10 cm od lica wewnętrznej szyby okiennej do wnętrza lokalu,</p> <p>b) ekspozycja towarów musi umożliwiać wgląd we wnętrze lokalu, co oznacza zakaz umieszczania tablic, plakatów innych niż według wariantu II, przesłoniętych z materiałów czy ścianek działowych,</p> <p>c) dopuszcza się lokalizację regałów, na których są umieszczone produkty oferowane w lokalu;</p>
na budynkach	IV	w formie reklamowej siatki ochronnej	lokalizowanych wyłącznie na czas prowadzenia robót budowlanych i nie dłużej niż na 1 rok, przy czym po likwidacji siatki reklamowej, a dalszym prowadzeniu robót budowlanych, siatka ochronna nie może zawierać kolejnej reklamy	<p>a) o powierzchni ekspozycyjnej reklamy zajmującej maksymalnie 25% powierzchni siatki ochronnej,</p> <p>b) dla budynków wpisanych do rejestru zabytków bądź do gminnej ewidencji zabytków siatka ochronna musi przedstawiać rysunek elewacji budynku podlegającej pracom budowlanym przynajmniej na 75% powierzchni siatki ochronnej;</p>
wolnostojące w pasie drogi lub na terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność	V	w formie potykacza	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	<p>a) lokalizowany wyłącznie na chodniku bądź terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność,</p> <p>b) wyłącznie w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym,</p> <p>c) w odległości do 2,0 m od wejścia do lokalu, którego reklama na potykaczu dotyczy,</p> <p>d) wykonany z metalu, drewna, tablicy z powłoką, na której można zapisywać informacje kredą lub pisakiem,</p> <p>e) 1 potykacz na 1 wejście do budynku, w przypadku gdy wejście prowadzi do kilku lokali informacja na potykaczu może dotyczyć kilku podmiotów jednocześnie,</p> <p>f) wyłącznie w godzinach funkcjonowania lokalu i w godzinach dostępności dla klientów;</p>
na lambrekinie markizy lub	VI	w formie logo, logotypu	w pasie drogi wyłącznie dla podmiotów prowadzących	a) lokalizowane w pasie drogi w odległości od 0 do 10,0 m od elewacji z oknami należącymi do lokalu prowadzącego

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
parasola przesłaniających przestrzeń ogródka gastronomicznego oraz na elementach wyposażenia ogródka gastronomicznego takich jak krzesła, stoły, elementy oddzielające przestrzeń ogródka od przestrzeni ulicy			działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze ALBO na terenie należącym do danego podmiotu zarówno dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze jak i dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter	działalność lub na terenach należących do podmiotu prowadzącego działalność,
				b) wyłącznie za zgodą zarządcy drogi i w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym i kołowym,
				c) logo lub logotyp mogą zajmować maksymalnie 20% powierzchni lambrekinu oraz do 10% powierzchni elementów wyposażenia ogródka gastronomicznego,
				d) markizy i parasole muszą być wykonane w kolorystyce jednolitej dla 1 podmiotu prowadzącego działalność, wyłącznie w kolorze białym (RAL 9010) albo odcienie szarego albo odcienie beżowego;
wolnostojące	VII	w formie słupów ogłoszeniowo – reklamowych	dowolny podmiot, zarządca	a) o wysokości do 3,5 m i średnicy podstawy do 1,5 m;
	VIII	wbudowanych w przystanki komunikacji publicznej	dowolny podmiot, zarządca	a) w formie citylight, b) wbudowanych w maksymalnie jeden bok lub panel przystanku;
reklamy czasowe	IX	w formie plakatów, banerów, tablic, ekspozytorów, potykaczy, tablic umieszczanych na słupach ogłoszeniowo – reklamowych, ogrodzeniach, lampach ulicznych	wyłącznie na maksymalnie 1 miesiąc przed datą kiedy ma miejsce reklamowane wydarzenie oraz maksymalnie 7 dni po dacie kiedy ma miejsce zakończenie reklamowanego wydarzenia,	a) z wyraźnie oznaczoną datą, kiedy ma miejsce reklamowane wydarzenie oraz danymi podmiotu odpowiedzialnego za lokalizację reklamy, umożliwiającymi pełną identyfikację tego podmiotu,
				b) o powierzchni ekspozycyjnej: – pojedynczego plakatu, banera i tablicy do 3,0 m ² , – pojedynczego ekspozytora do 6,0 m ² ;
				c) o wysokości maksymalnej ekspozytorów i wolnostojących tablic 6,0 m.

Załącznik nr 3.2.

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy w strefie B

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
na budynkach w kondygnacji parteru	I	w formie gabloty reklamowej, gdzie prezentowane są szczegóły oferty podmiotu prowadzącego działalność,	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	<p>a) maksymalnie 1 gablota przy 1 wejściu, w której mogą być prezentowane informacje różnych podmiotów łącznie,</p> <p>b) przy drzwiach wejściowych do budynku, przy wnęcie wejściowej lub przejściu bramnym na licu wewnętrznych ścian przejścia bramnego, z boku tego wejścia na powierzchni elewacji pomiędzy wejściem a krawędzią budynku, bądź krawędzią okna,</p> <p>c) w odległości od każdego z elementów wymienionych w lit. b minimum 10 cm,</p> <p>d) o wymiarach maksymalnych 70 cm x 150 cm i grubości maksymalnej 20 cm,</p> <p>e) lokalizowana równolegle do płaszczyzny elewacji,</p> <p>f) umieszczona centralnie w stosunku do elementów sąsiadujących takich jak krawędzie okna, drzwi,</p> <p>g) sięgające nie wyżej niż górna krawędź wnęki drzwiowej wejścia, bądź krawędź przejścia bramnego, przy czym za górną krawędź należy przyjąć krawędź tego fragmentu wnęki, który ma kształt prostokąta,</p> <p>h) zlokalizowana minimum 50cm nad poziomem wejścia, spocznika schodów;</p>
na oknach budynków w kondygnacji parteru	II	w formie logo, logotypu, tablicy, plakatu, w tym zawieszonych od strony lokalu za szybą okienną, reklamy naklejanej na szybę	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	<p>a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 0,05 m od krawędzi ramy okna z każdej strony,</p> <p>b) o powierzchni ekspozycyjnej zajmującej maksymalnie 10% powierzchni wszystkich szyb danego okna, przy czym dopuszcza się wyłącznie 1 reklamę o wymiarach maksymalnych 20 cm x 30 cm lokalizowaną na drzwiach wejściowych do lokalu;</p>

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
w oknach budynków w kondygnacji parteru	III	w formie witryny, gdzie eksponowane są towary dostępne w danym lokalu	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 10 cm od lica wewnętrznej szyby okiennej do wnętrza lokalu,
				b) ekspozycja towarów musi umożliwiać wgląd we wnętrze lokalu, co oznacza zakaz umieszczania tablic, plakatów innych niż według wariantu II, przesłoniętych z materiałów czy ścianek działowych;
na budynkach	IV	w formie reklamowej siatki ochronnej	lokalizowanych wyłącznie na czas prowadzenia robót budowlanych i nie dłużej niż na 1 rok, przy czym po likwidacji siatki reklamowej, a dalszym prowadzeniu robót budowlanych, siatka ochronna nie może zawierać kolejnej reklamy	a) o powierzchni ekspozycyjnej reklamy zajmującej maksymalnie 25% powierzchni siatki ochronnej,
				b) dla budynków wpisanych do rejestru zabytków bądź do gminnej ewidencji zabytków siatka ochronna musi przedstawiać rysunek elewacji budynku podlegającej pracom budowlanym przynajmniej na 75% powierzchni siatki ochronnej;
	V	w formie logo, logotypu, reklamy malowanej na elewacji, gdzie tłem jest ściana budynku w kolorze całej elewacji, tablicy, plakatu wklejanego w ramę instalowaną na elewacji	wyłącznie na nieruchomościach, gdzie łączna powierzchnia terenu zagospodarowana na prowadzenie danej działalności wynosi minimum 2000 m ²	a) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 6,0 m ² łącznie na 1 budynek, b) wyłącznie na elewacjach bezokiennych budynków niemieszkalnych;
VI	w formie logo, logotypu, reklamy malowanej na elewacji, gdzie tłem jest ściana budynku w kolorze całej elewacji, plakatu wklejanego w ramę instalowaną na elewacji	wyłącznie na nieruchomościach, gdzie łączna powierzchnia terenu zagospodarowana na prowadzenie danej działalności wynosi minimum 5000 m ²	a) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 12,0 m ² łącznie na 1 budynek, b) wyłącznie na elewacjach bezokiennych budynków niemieszkalnych;	
wolnostojące w pasie drogi lub na terenie należącym do podmiotu	VII	w formie potykacza	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter	a) lokalizowany wyłącznie na chodniku bądź terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność,
				b) wyłącznie w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym,

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
prowadzącego działalność			i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	<p>c) w odległości do 2,0 m od wejścia do lokalu, którego reklama na potykaczu dotyczy,</p> <p>d) wykonany z metalu, drewna, tablicy z powłoką, na której można zapisywać informacje kreda lub pisakiem,</p> <p>e) 1 potykacz na 1 wejście do budynku, w przypadku gdy wejście prowadzi do kilku lokali informacja na potykaczu może dotyczyć kilku podmiotów jednocześnie,</p> <p>f) wyłącznie w godzinach funkcjonowania lokalu i w godzinach dostępności dla klientów;</p>
na lambrekinie markizy lub parasola przesłaniających przestrzeń ogródka gastronomicznego oraz na elementach wyposażenia ogródka gastronomicznego takich jak krzesła, stoły, elementy oddzielające przestrzeń ogródka od przestrzeni ulicy	VIII	w formie logo, logotypu	<p>w pasie drogi wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze</p> <p>ALBO</p> <p>na terenie należącym do danego podmiotu zarówno dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze jak i dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter</p>	<p>a) lokalizowane w pasie drogi w odległości od 0 do 10,0 m od elewacji z oknami należącymi do lokalu prowadzącego działalność lub na terenach należących do podmiotu prowadzącego działalność,</p> <p>b) wyłącznie za zgodą zarządcy drogi i w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym i kołowym,</p> <p>c) logo lub logotyp mogą zajmować maksymalnie 20% powierzchni lambrekinu oraz do 10% powierzchni elementów wyposażenia ogródka gastronomicznego,</p> <p>d) markizy i parasole muszą być wykonane w kolorystyce jednolitej dla 1 podmiotu prowadzącego działalność, wyłącznie w kolorze białym (RAL 9010) albo odcienie szarego albo odcienie beżowego;</p>
wolnostojące	IX	w formie słupów ogłoszeniowo – reklamowych	dowolny podmiot, zarządca	a) o wysokości do 3,5 m i średnicy podstawy do 1,5 m;
	X	wbudowanych w przystanki komunikacji publicznej	dowolny podmiot, zarządca	<p>a) w formie citylight,</p> <p>b) wbudowanych w maksymalnie jeden bok lub panel przystanku;</p>
	XI	w formie pylonu	wyłącznie na nieruchomościach, gdzie łączna powierzchnia terenu zagospodarowana na prowadzenie danej działalności	<p>a) o maksymalnej wysokości do 7,5 m i szerokości do 1,6 m,</p> <p>b) maksymalnie 1 pylon dla jednego podmiotu prowadzącego działalność,</p> <p>c) nie można lokalizować łącznie z wariantem XIII,</p>

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
			wynosi minimum 2000 m ² , przy czym dopuszcza się lokalizację pylonu cenowego stacji paliw opcjonalnie na innej nieruchomości, w odległości do 300 m od granic nieruchomości, na której zlokalizowana jest stacja paliw	d) nie można lokalizować łącznie z szyldami według wariantów IX i X w tabeli w załączniku nr 2.2.;
	XII	w formie totemu	wyłącznie na nieruchomościach, gdzie łączna powierzchnia terenu zagospodarowana na prowadzenie danej działalności wynosi minimum 2000 m ²	a) o maksymalnej wysokości do 10,0 m, b) maksymalnie 1 totem dla jednego podmiotu prowadzącego działalność;
	XIII	w formie billboardu	wyłącznie na nieruchomościach, gdzie łączna powierzchnia terenu zagospodarowana na prowadzenie danej działalności wynosi minimum 5000 m ²	a) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 12,0 m ² , gdzie górna krawędź billboardu sięga maksymalnie 6,0 m n.p.t., b) maksymalnie 1 billboard na nieruchomości podmiotu prowadzącego działalność w odległościach: – minimum 8,0 m od krawędzi jedni, – minimum 3,0 m od granicy działki, – minimum 10,0 m od jakichkolwiek budynków, c) nie można lokalizować łącznie z wariantem XI, d) nie można lokalizować łącznie z szyldami według wariantów IX i X w tabeli w załączniku nr 2.2.;
reklamy czasowe	XIV	w formie plakatów, banerów, tablic, ekspozytorów, potykaczy, tablic umieszczanych na słupach ogłoszeniowo – reklamowych, ogrodzeniach, lampach ulicznych	wyłącznie na maksymalnie 1 miesiąc przed datą kiedy ma miejsce reklamowane wydarzenie oraz maksymalnie 7 dni po dacie kiedy ma miejsce zakończenie reklamowanego wydarzenia,	a) z wyraźnie oznaczoną datą, kiedy ma miejsce reklamowane wydarzenie oraz danymi podmiotu odpowiedzialnego za lokalizację reklamy, umożliwiającymi pełną identyfikację tego podmiotu, b) o powierzchni ekspozycyjnej: – pojedynczego plakatu, banera i tablicy do 3,0 m ² , – pojedynczego ekspozytora do 6,0 m ² , c) o wysokości maksymalnej ekspozytorów i wolnostojących tablic 6,0 m.

Załącznik nr 3.3.

Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam innych niż szyldy w strefie C

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
na budynkach w kondygnacji parteru	I	w formie gabloty reklamowej, gdzie prezentowane są szczegóły oferty podmiotu prowadzącego działalność,	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	<p>a) maksymalnie 1 gablota przy 1 wejściu, w której mogą być prezentowane informacje różnych podmiotów łącznie,</p> <p>b) przy drzwiach wejściowych do budynku, przy wnęcie wejściowej lub przejściu bramnym na licu wewnętrznych ścian przejścia bramnego, z boku tego wejścia na powierzchni elewacji pomiędzy wejściem a krawędzią budynku, bądź krawędzią okna,</p> <p>c) w odległości od każdego z elementów wymienionych w lit. b minimum 10cm,</p> <p>d) o wymiarach maksymalnych 70 cm x 150 cm i grubości maksymalnej 20 cm,</p> <p>e) lokalizowana równolegle do płaszczyzny elewacji,</p> <p>f) umieszczona centralnie w stosunku do elementów sąsiadujących takich jak krawędzie okna, drzwi,</p> <p>g) sięgające nie wyżej niż górna krawędź wnęki drzwiowej wejścia, bądź krawędź przejścia bramnego, przy czym za górną krawędź należy przyjąć krawędź tego fragmentu wnęki, który ma kształt prostokąta,</p> <p>h) zlokalizowana minimum 50 cm nad poziomem wejścia, spocznika schodów;</p>
na oknach budynków w kondygnacji parteru	II	w formie logo, logotypu, tablicy, plakatu, w tym zawieszonych od strony lokalu za szybą okienną, reklamy naklejanej na szybę	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	<p>a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 5 cm od krawędzi ramy okna z każdej strony,</p> <p>b) o powierzchni ekspozycyjnej zajmującej maksymalnie 10% powierzchni wszystkich szyb danego okna, przy czym dopuszcza się wyłącznie 1 reklamę o wymiarach maksymalnych 20 cm x 30 cm lokalizowaną na drzwiach wejściowych do lokalu;</p>

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
w oknach budynków w kondygnacji parteru	III	w formie witryny, gdzie eksponowane są towary dostępne w danym lokalu	wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w parterach budynków, z oknami w parterze zwróconymi w kierunku drogi publicznej, należącymi do lokalu zajmowanego przez dany podmiot	a) reklama w całości musi być zlokalizowana w odległości minimum 10 cm od lica wewnętrznej szyby okiennej do wnętrza lokalu,
				b) ekspozycja towarów musi umożliwiać wgląd we wnętrze lokalu, co oznacza zakaz umieszczania tablic, plakatów innych niż według wariantu II, przesłoniętych z materiałów czy ścianek działowych;
na budynkach	IV	w formie reklamowej siatki ochronnej	lokalizowanych wyłącznie na czas prowadzenia robót budowlanych i nie dłużej niż na 1 rok, przy czym po likwidacji siatki reklamowej, a dalszym prowadzeniu robót budowlanych, siatka ochronna nie może zawierać kolejnej reklamy	a) o powierzchni ekspozycyjnej reklamy zajmującej maksymalnie 25% powierzchni siatki ochronnej,
				b) dla budynków wpisanych do rejestru zabytków bądź do gminnej ewidencji zabytków siatka ochronna musi przedstawiać rysunek elewacji budynku podlegającej pracom budowlanym przynajmniej na 75% powierzchni siatki ochronnej;
wolnostojące w pasie drogi lub na terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność	V	w formie potykacza	dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter i dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	a) lokalizowany wyłącznie na chodniku bądź terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność,
				b) wyłącznie w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym,
				c) w odległości do 2,0 m od wejścia do lokalu, którego reklama na potykaczu dotyczy,
				d) wykonany z metalu, drewna, tablicy z powłoką, na której można zapisywać informacje kredą lub pisakiem,
				e) 1 potykacz na 1 wejście do budynku, w przypadku gdy wejście prowadzi do kilku lokali informacja na potykaczu może dotyczyć kilku podmiotów jednocześnie,
				f) wyłącznie w godzinach funkcjonowania lokalu i w godzinach dostępności dla klientów;
na lambrekinie markizy lub parasola przesłaniających	VI	w formie logo, logotypu	w pasie drogi wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze	a) lokalizowane w pasie drogi w odległości od 0 do 10,0 m od elewacji z oknami należącymi do lokalu prowadzącego działalność lub na terenach należących do podmiotu prowadzącego działalność,

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA	
1	2	3	4	5	
przestrzeń ogródka gastronomicznego oraz na elementach wyposażenia ogródka gastronomicznego takich jak krzesła, stoły, elementy oddzielające przestrzeń ogródka od przestrzeni ulicy w pasie drogi lub na terenie należącym do podmiotu prowadzącego działalność			ALBO na terenie należącym do danego podmiotu zarówno dla podmiotów prowadzących działalność w lokalach zlokalizowanych w parterze jak i dla podmiotów prowadzących działalność w budynku w lokalach zlokalizowanych na kondygnacjach innych niż parter	b) wyłącznie za zgodą zarządcy drogi i w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu pieszym i kołowym,	
				c) logo lub logotyp mogą zajmować maksymalnie 20% powierzchni lambrekinu oraz do 10% powierzchni elementów wyposażenia ogródka gastronomicznego,	
				d) markizy i parasole muszą być wykonane w kolorystyce jednolitej dla 1 podmiotu prowadzącego działalność, wyłącznie w kolorze białym (RAL 9010) albo odcienie szarego albo odcienie bezowego;	
wolnostojące	VII	w formie słupów ogłoszeniowo – reklamowych	dowolny podmiot, zarządca	a) o wysokości do 3,5 m i średnicy podstawy do 1,5 m;	
		VIII	wbudowanych w przystanki komunikacji publicznej	dowolny podmiot, zarządca	a) w formie citylight, b) wbudowanych w maksymalnie jeden bok lub panel przystanku;
	IX		w formie billboardu	dowolny podmiot, zarządca	a) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 18,0 m ² , gdzie górna krawędź billboardu sięga maksymalnie 10,0 m n.p.t.,
		b) maksymalnie 1 billboard na nieruchomości w pasie do 80,0 m od granicy działki drogowej drogi publicznej,			
					c) lokalizowane: – minimum 20,0 m od krawędzi jedni drogi wojewódzkiej, – minimum 8,0 m od krawędzi jedni drogi powiatowej, – minimum 6,0 m od krawędzi jedni drogi gminnej, – minimum 10,0 m od jakichkolwiek budynków; – minimum 3,0 m od granicy działki;
	reklamy czasowe	X	w formie plakatów, banerów, tablic, ekspozytorów,	wyłącznie na maksymalnie 1 miesiąc przed datą kiedy ma	a) z wyraźnie oznaczoną datą, kiedy ma miejsce reklamowane wydarzenie oraz danymi podmiotu odpowiedzialnego za

LOKALIZACJA	WARIANT	FORMA	DLA KOGO	ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA
1	2	3	4	5
		potykaczy, tablic umieszczanych na słupach ogłoszeniowo – reklamowych, ogrodzeniach, latarniach ulicznych	miejsce reklamowane wydarzenie oraz maksymalnie 7 dni po dacie kiedy ma miejsce zakończenie reklamowanego wydarzenia,	<p>lokalizację reklamy, umożliwiającymi pełną identyfikację tego podmiotu,</p> <p>b) o powierzchni ekspozycyjnej: – pojedynczego plakatu, banera i tablicy do 3,0 m², – pojedynczego ekspozytora do 6,0 m²,</p> <p>c) o wysokości maksymalnej ekspozytorów i wolnostojących tablic 6,0 m.</p>