

*Projekt :*

**UCHWAŁA Nr**  
**Rady Gminy Michałowice**  
**z dnia ... .. 2022 r.**

**w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Michałowice obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1372 z późn. zm.), art. 37a ust. 1, 4 i 10 oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741, 784, 922 z późn. zm.), w związku z uchwałą Rady Gminy Michałowice nr X/116/2019 z dnia 5 sierpnia 2019 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie gminy Michałowice obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, **Rada Gminy Michałowice uchwala co następuje:**

§1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie gminy Michałowice obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, określone w załączniku Nr 1 do uchwały, będącym integralną częścią uchwały, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.

§2. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Wójta Gminy Michałowice uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

§3. Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Wójtowi Gminy Michałowice.

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

**Przewodniczący**

**Rady Gminy Michałowice**

**Zasady i warunki sytuowania na terenie Gminy Michałowice obiektów  
małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń,  
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych,  
z jakich mogą być wykonane.**

**Rozdział I**

**Przepisy wprowadzające.**

- §1. 1. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale III, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane, z zastrzeżeniem ust 2 i ust. 4.**
2. Rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczonych do sytuowania na terenie Gminy Michałowice zostały wskazane w Rozdziale III oraz zdefiniowane w Rozdziale II.
3. Metodologia ustalania gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz określania maksymalnej liczby szyldów została określona w Rozdziale II.
4. W odniesieniu do szyldów obowiązują ponadto:
- 1) maksymalna liczba szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z wykorzystaniem dopuszczonych typów szyldów wskazane w Rozdziale III;
  - 2) zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty określone w Rozdziale III.
- §2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale IV, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.**

- §3. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale IV, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.
- §4. Warunki i termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń i obiektów małej architektury określa Rozdział VI.

## Rozdział II

### Definicje i metodologia ustalania gabarytów i liczby szyldów.

§5. Ilekróć w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

- 1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spójnej lub w formie siatki, sytuowaną na istniejących elementach zagospodarowania;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o powierzchni powyżej 5,8 m<sup>2</sup>, umożliwiającą umieszczanie treści reklamy przeznaczonej do czasowej ekspozycji, najczęściej w formie plakatu, w układzie poziomym;
- 3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Wojewódzkiego Rejestru Zabytków);
- 4) **fladze reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału;
- 5) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:
  - a) krawędzią dolną jest styk ściany z nawierzchnią, na której jest sytuowana; zaś w przypadku zastosowania podcieni w poziomie parteru elewacji krawędź najbliższa poziomowi terenu, położonego bezpośrednio poniżej,
  - b) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
  - c) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, wieńczącej ją attyki lub linia styku ściany z okapem połaci dachowej,

- d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyższym położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;
- 6) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole:
- a) mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła,
  - b) w układzie rewersowym, t. j. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie,
  - c) w układzie wklęsłym, t.j. wytrawionym w metalu, wypalonym bądź wyrzeźbionym w drewnie, wyrzeźbionym w kamieniu naturalnym lub wyrytym w tynku;
- 7) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 8) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 9) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 10) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć drewnianą lub metalową szafkę z przezroczystym frontem oraz nieprzezroczystym tyłem, służącą do prezentacji umieszczonych w jej wnętrzu elementów, w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowaną w poziomie parteru elewacji;
- 11) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 12) **kasetonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki w kształcie prostopadłościanu z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła;

- 13) **krajobrazie prężności gospodarczej** – należy przez to rozumieć zbiór nieruchomości, których granice sąsiadują lub znajdują się w pasie drogowym Alei Jerozolimskich;
- 14) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;
- 15) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególny przypadek formy ażurowej, w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;
- 16) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji – linie proste, biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji, osie symetrii tych otworów oraz na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub detali architektonicznych, takich jak gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;
- 17) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektonicznie elementy wystroju elewacji, takie jak: krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend; jego szerokością określa się odległość od jego zewnętrznej krawędzi do zewnętrznej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 18) **pasie szyldowym** – należy przez to rozumieć powierzchnię na elewacji w poziomie parteru, mieszczącą się ponad górną krawędzią witryn lub otworu drzwiowego, prowadzącego do budynku lub lokalu;
- 19) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 20) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej – lub gdy wyżej wymienione elementy nie występują – do górnej krawędzi elewacji;

- 21) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej, w przypadku ich sytuowania w sposób widoczny z dróg publicznych;
- 22) **pylonie** - należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;
- 23) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tworzywa sztucznego lub papieru mocowaną do elementów zagospodarowania przestrzennego, w szczególności szyb, za pomocą kleju;
- 24) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczane tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub umieszczane tymczasowo na 60 dni w okresie od lipca do sierpnia) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą, formy płaskiej bądź przestrzennej;
- 25) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;
- 26) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 27) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku;
- 28) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;
- 29) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:5;
- 30) **standardowych formatach** – należy przez to rozumieć gabaryty powierzchni ekspozycyjnej, charakterystyczne dla reklamy zewnętrznej, stosowane systemowo dla tablic reklamowych o następujących wartościach (szerokość x wysokość):
  - a) 1,2x1,8 m,

- b) 3x2 m,
- c) 3,56 x 2,46 m,
- d) 5,04 x 2,38 m
- e) 6x3 m,
- f) 12x3 m,
- g) 12x4 m,
- h) oraz wyłącznie dla flag reklamowych: 1x3 m, 2x6 m, 4x12 m.

31) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej – należy przez to rozumieć obowiązek trwałego związania z gruntem, a w przypadku występowania fundamentu obowiązek jego umieszczenia pod powierzchnią terenu lub z zachowaniem wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;

32) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:

- a) zachowanie stałości obrazu,
- b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
- c) stosowanie ekranu w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający lub ekrane z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający,
- d) stosowanie alternatywnie:
  - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m<sup>2</sup>,
  - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
    - w dzień – 7 000 cd/m<sup>2</sup> dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
    - w dzień – 2 500 cd/m<sup>2</sup> dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
    - w nocy – 400 cd/m<sup>2</sup>;



- 33) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, o gabarytach umożliwiającym ręczne przenoszenie, wystawiane okresowo przed lokal, którego ofertę przedstawia, w szczególności sztaluga z menu, dwustronny koziołek lub tablica kredowa;
- 34) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych w ramach dopuszczalnej liczby szyldów;
- 35) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;
- 36) **tabliczkach kierunkowych** – należy przez to rozumieć niewielkie tablice reklamowe wskazujące kierunek dotarcia do działalności,
- 37) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, trwale związane z gruntem, o smukłej proporcji oraz o powierzchni ekspozycyjnej w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie;
- 38) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;
- 39) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno lub okna, w tym szczególnie okna wystawowe, a także drzwi lokalu użytkowego służące szczególnie ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, łącznie z przestrzenią otworu okiennego lub drzwiowego ograniczoną grubością ściany i krawędziami tego otworu;
- 40) **WOCK** – należy przez to rozumieć nieruchomości oraz części nieruchomości, będące szczególnym elementem krajobrazu naturalno-kulturowego, objęte Rozporządzeniem nr 3 Wojewody Mazowieckiego z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (Dz. U. z 2007, poz. 870 z późn. zm.);
- 41) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:



- b) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych;
- c) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji;
- d) brak występowania rdzy na elementach metalowych;
- e) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć.

**§6. 1. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej użyto pojęć zdefiniowanych w przepisach odrębnych, należy przez to rozumieć ich brzmienie, ustalone tymi przepisami, w szczególności:**

- 1) przepisami ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.): reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe;
- 2) przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 1333 z późn. zm.): budynek, budowla, obiekt budowlany, obiekt małej architektury;
- 3) przepisami ustawy z dnia 20 czerwca 1997 r. - Prawo o ruchu drogowym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 450 z późn. zm.): skrzyżowanie;
- 4) przepisami rozporządzenia Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 124): teren zabudowy.

**2. Uchwała Krajobrazowa nie narusza przepisów nadrzędnych i odrębnych, w szczególności dotyczących form ochrony przyrody.**

**§7. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Krajobrazowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:**

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Krajobrazowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;

- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
  - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
  - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
  - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;
- 4) wysokość sytuowania i wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone.
- 6) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
  - a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
    - dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
    - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
    - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
  - b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
- 7) liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot rozumiana jest jako jeden szyld w przypadku:
  - a) zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,
  - b) umiejscowienia w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej,
  - c) zastosowania szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania;

8) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy wielościennej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

### **Rozdział III**

**Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,  
w tym będących szyldami,  
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich  
mogą być wykonane.**

**§8. 1. Ogranicza się maksymalne gabaryty w zależności od kontekstu krajobrazowego w następujący sposób:**

- 1) maksymalną powierzchnię ekspozycyjną określa się na 6m<sup>2</sup>, z zastrzeżeniem pkt 2-4;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego – maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 3 m<sup>2</sup>;
- 3) w WOCK – maksymalną powierzchnię ekspozycyjną do 3 m<sup>2</sup>;
- 4) w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej nie określa się.

**2. Określa się maksymalną łączną liczbę szyldów dla każdej z działalności prowadzonej na danej nieruchomości do:**

- 1) 3 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu, z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego i WOCK - 2 na budynku, 1 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 1 wolnostojący i 1 na ogrodzeniu;

**§9. 1. Postanowienia dla banerów reklamowych, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) zakaz sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego,
  - b) zakaz sytuowania w WOCK,
  - c) dopuszcza się sytuowanie w ramie w formie wolnostojącej,
- 2) gabaryty: standardowe formaty;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy oraz standard posadowienia;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.

**2. Postanowienia dla banerów reklamowych, nie będących szyldami, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:**

- 1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
  - a) na elementach krajobrazu kulturowego,
  - b) na drzewach.
- 2) gabaryty: zgodnie z §8 ust. 1;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.

**§10. 1. Postanowienia dla billboardów, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca;
  - b) zakaz sytuowania:
    - na elementach krajobrazu kulturowego,
    - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
    - w WOCK;
  - c) minimalne odległości od innych billboardów sytuowanych na tej samej nieruchomości – 70 m;
- 2) gabaryty: standardowe formaty;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) obowiązuje standard posadowienia,
  - c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
  - d) dopuszcza się formę wielostronną,
  - e) dopuszcza się przewijaną powierzchnię ekspozycyjną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

**2. W odniesieniu do billboardów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
  - a) na nieruchomościach o powierzchni większej niż 2000 m<sup>2</sup> i nie większej niż 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie jeden,

- b) na nieruchomościach o powierzchni większej niż 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - wyłącznie na budynku, z wyłączeniem elementów krajobrazu kulturowego i WOCK;
  - z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
  - sytuowanie zbiorcze;
- 3) gabaryty: standardowe formaty;

**§11. 1. Postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca,
  - b) zachowanie smukłej proporcji;
- 2) gabaryty: zgodnie z §8 ust. 1;
- 3) standardy jakościowe – dopuszcza się formę wielostronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne.

**2. W odniesieniu do flag reklamowych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) forma wolnostojąca;
  - b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m<sup>2</sup>,
  - c) warunek trwałego związania z gruntem,
  - d) poza elementami krajobrazu kulturowego i WOCK,
  - e) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego
  - f) dopuszcza się formę wielostronną;
- 3) Gabaryty: zgodnie z §8 ust. 1.

**§12. Postanowienia dla form ażurowych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów, z zastrzeżeniem z §8 ust. 2, dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
  - a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji,

- b) w pasie szyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
  - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie jeden,
  - d) na dachu: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
  - b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa,
  - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
    - obowiązuje sytuowanie prostopadłe do elewacji,
    - obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
  - d) na dachu:
    - z zachowaniem proporcji 1:5 względem wysokości budynku;
- 3) gabaryty – zgodnie z 8 ust. 1.

### **§13. 1. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
- a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
  - b) odległości między gablotami ekspozycyjnymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach: minimalnie 30 m, nie dotyczy formy zintegrowanej z wiatą przystankową;
- 2) gabaryty – określa się ściśle wymiary powierzchni ekspozycyjnej: szerokość 1,2 m i wysokość 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę wielostronną,
  - c) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej: przewijaną i wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
- a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.

### **2. W odniesieniu do gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, zgodnie §8 ust. 2;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:



- a) zachowanie smukłej proporcji,
  - b) zachowanie formy zwartej,
  - c) sytuowanie zbiorcze
  - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania na budynku:
- a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
  - b) poniżej pasa szyldowego,
  - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
  - d) sytuowanie zbiorcze;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
- a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło;
  - b) wykonane jako element stały, skomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty:
- a) maksymalnie 3 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit. b i c,
  - b) w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnie 6m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit c,
  - c) na ogrodzeniach maksymalnie 0,7 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej.

**§14. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §8 ust. 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice,
  - b) poza WOCK i nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty:
  - a) maksymalnie 3 m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej, z zastrzeżeniem lit. b,
  - b) w krajobrazie prężności gospodarczej maksymalnie 6m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej.

**§15. Postanowienia dla murali reklamowych, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) na elewacjach, posiadających maksymalnie 3 otwory okienne,

- b) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,
  - c) wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku,
  - d) poza WOCK i elementami krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% muralu;
  - 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
  - 4) rodzaje materiałów budowlanych: farba.

**§16. Postanowienia dla przyczep reklamowych, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;
  - b) zakaz sytuowania:
    - na miejscach parkingowych,
    - w pasach drogowych,
    - na elementach krajobrazu kulturowego,
    - w WOCK;
- 2) gabaryty: formaty standardowe a, b, c lub d;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal, guma.

**§17. Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §8 ust. 2:
  - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m<sup>2</sup> – maksymalnie jeden,
  - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m<sup>2</sup> do 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie dwa,
  - c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m<sup>2</sup> – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
  - a) zachowanie smukłej proporcji,
  - b) zachowanie formy zwartej,
  - c) sytuowanie zbiorcze,
  - d) dopuszcza się formę dwustronną;

3) gabaryty dla formy wolnostojącej zgodnie z §8 ust. 1.

**§18. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności zgodnie z §8 ust. 2 dla sytuowania na budynku lub budowli lub urządzeniu automatycznym;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w witrynie,
  - b) na urządzeniach automatycznych;
- 3) gabaryty:
  - a) w witrynach
    - w przypadku formy ażurowej maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego lub drzwiowego,
    - w pozostałych przypadkach maksymalnie 10% powierzchni otworu okiennego lub drzwiowego,
  - b) na urządzeniach automatycznych: maksymalnie 1 m<sup>2</sup>.

**§19. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, nie będącej szyldem:**

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;
- 2) gabaryty: maksymalnie 6m szerokości na 6m grubości na 6m wysokości;
- 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.

**§20. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §8 ust 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) w pasie szyldowym lub poniżej;
  - b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,
  - c) forma wielostronna;
- 3) gabaryty: maksymalnie 1 m<sup>2</sup>.

**§21. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi sytuowanymi na tej samej nieruchomości, wynoszącej 30 m;
- 2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne dla reklamy wyświetlanej.

**§22. Postanowienia dla stojaków reklamowych nie będących szyldami:**

- 1) zasady i warunki sytuowania:
  - a) zakaz sytuowania na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
  - b) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
  - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 2 m od granicy nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność;
- 2) gabaryty: maksymalnie 0,4 m<sup>2</sup>;
- 3) standardy jakościowe:
  - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
  - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
  - a) konstrukcja: metal lub drewno,
  - b) powierzchnia ekspozycyjna: farba lub kreda.

**§23. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących szyldami:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §8 ust. 2: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- 2) zasady i warunki sytuowania:

- a) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,
  - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich
  - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;
- 3) gabaryty: maksymalnie 0,4 m<sup>2</sup>.

**§24. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:**

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §8 ust. 2: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
  - a) poza:
    - nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
    - WOCK,
  - b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m<sup>2</sup>,
  - c) sytuowanie zbiorcze,
  - d) zachowanie smukłej proporcji
  - e) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty zgodnie z §8 ust. 1.

**§25. W zakresie reklamy okolicznościowej, w tym reklamy wyborczej, dopuszcza się ją również na zasadach i warunkach, wskazanych w §9 - §22.**

## Rozdział IV

### Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

#### §26. Zakazuje się:

- 1) grodzenia zespołów budynków, przez co rozumie się stosowanie ogrodzenia zewnętrznego dla obszaru, na którym znajduje się więcej niż dwa budynki: wielorodzinne, jednorodzinne oraz w zabudowie szeregowej lub bliźniaczej;
- 2) stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:
  - a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%,
  - b) poniższych materiałów
    - prefabrykatów betonowych, z wyłączeniem cokołu,
    - blach trapezowych i falistych,
    - tworzyw sztucznych,
    - mat słomianych i płyt drewnopochodnych;
- 3) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego poniższych materiałów:
  - a) siatek ogrodzeniowych,
  - b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy.

#### §27. **Dopuszcza się sytuowanie zewnętrznego ogrodzenia nieruchomości wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny o różnym przeznaczeniu lub różnych zasadach zagospodarowania, lub w linii pierzei, lub w linii ogrodzeń sąsiadujących, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia w następujących przypadkach:**

- 1) konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikającej z przepisów odrębnych;
- 2) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;
- 3) utrzymania porządku;
- 4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

§28. Ogranicza się gabaryty ogrodzeń poprzez obowiązek zachowania wysokości zbliżonej do ogrodzenia sąsiedniego, z dopuszczeniem różnicy nie większej niż 25% wysokości.

§29. Określa się następujące standardy jakościowe dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego:

- 1) stosowanie ogrodzenia pełnego w formie murowanej maksymalnie na odcinku lub odcinkach, stanowiących łącznie 40% długości ogrodzenia;
- 2) akcentowanie rytmu przęseł na całej długości ogrodzenia;
- 3) stosowanie kolorystyki malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń - szarej, czarnej lub w kolorze błękitu pruskiego (HEX #003153; RAL 270 20 25; RGB 0, 49, 83; CMYK 100, 41, 0, 67 lub odpowiadający według innego wzornika kolorów);
- 4) ogranicza się zastosowanie drewna wyłącznie do układu poziomego wypełnienia przęseł.

§30. Określa się następujące standardy jakościowe i gabaryty ogrodzeń realizowanych w WOCK:

- 1) maksymalna wysokość 1,8 m, z wyłączeniem ograniczenia dla furtek i bram;
- 2) maksymalna wysokość cokołu 0,4 m, z tym zastrzeżeniem, że należy dodatkowo wprowadzić jedno z poniższych rozwiązań:
  - a) cokół lub podmurówka musi posiadać przejścia dla migracji małych zwierząt w postaci otworów lub przerw szerokości minimum 0,15 m i wysokości minimum 0,1 m, rozmieszczonych w odstępach maksymalnie 5 m,
  - b) między cokołem, podmurówką lub gruntem a dolną krawędzią przęsła ogrodzenia należy zachować prześwit wysokości minimum 0,1 m.

## Rozdział V

### Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

§31. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych na terenie dróg publicznych wprowadza się obowiązek:



- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany.

**§32. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy.**

**§33. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, sytuowanych w WOCK i na nieruchomościach, na których znajdują się elementy krajobrazu kulturowego, przez nałożenie obowiązku stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików.**

**§34. Maksymalne gabaryty, określone w §30 oraz standardy jakościowe, wskazane w §31 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.**

## **Rozdział VI**

**Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych.**

**§35. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych, na 24 miesiące od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2.**

**2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.**

3. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje ogrodzeń;
- 2) wszystkie rodzaje małej architektury.

§36. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Krajobrazowej, z możliwością ich translokacji, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Krajobrazowej w nowej lokalizacji.

§37. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych należy usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię elementu, szczególnie elewacji, do którego tablica lub urządzenie były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.

Załącznik Nr 2  
do uchwały Nr  
Rady Gminy Michałowice  
z dnia ... .. 2021r.

Lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych, wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Gminy Michałowice w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Gminy Michałowice obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (l.p.)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;  Sposób rozpatrzenia Wójta Gminy Michałowice z uzasadnieniem;  Rozstrzygnięcie Rady Gminy Michałowice o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Wójta Gminy Michałowice.
	1.	<p><b>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym:</b></p> <hr/> <p><b>Rozpatrzenie Wójta Gminy Michałowice:</b></p> <hr/> <p><b>Uzasadnienie:</b></p> <hr/> <p><b>Stanowisko Rady Gminy Michałowice:</b></p>