

UCHWAŁA NR XXIV/265/95
RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI
z dnia 27 grudnia 1995 r.

w sprawie umieszczania reklam na obiektach komunalnych na obszarze miasta Łodzi.

Na podstawie art. 40 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym /Dz.U. Nr 16 poz. 95, Nr 32, poz. 191, Nr 34, poz. 199, Nr 43, poz. 253 i Nr 89, poz. 518; z 1991 r. Nr 4, poz. 18 i Nr 110, poz. 473; z 1992 r. Nr 85, poz. 428 i Nr 100, poz. 499; z 1993 r. Nr 17, poz. 78; z 1994 r. Nr 122, poz. 593 oraz z 1995 r. Nr 74, poz. 368 i Nr 124 poz. 601/ Rada Miejska w Łodzi

uchwała, co następuje:

- § 1. Uchwała określa zasady wykorzystywania obiektów komunalnych w celu umieszczania na nich reklam.
- § 2. Ilekroć w uchwale jest mowa o obiektach oraz obiektach komunalnych - należy przez to rozumieć budynki i inne obiekty budowlane oraz grunty, stanowiące własność gminy Łódź i będące w jej zarządzie.
- § 3. Przyjmuje się, że reklamą w rozumieniu uchwały jest każda informacja bądź wypowiedź związana z wykonywaną działalnością gospodarczą, zarobkową itp., mająca na celu przyczynienie się do zbytu towarów lub usług - z zastrzeżeniem § 4 - i podana w sposób następujący:
- 1/ jako reklama ścienna, np. w postaci malowideł, napisów, rysunków, wykonanych na ścianie obiektu budowlanego;
 - 2/ poprzez instalowanie na obiektach urządzeń reklamowych, takich jak np. tablice, gabloty, szafki reklamowe, konstrukcje świetlne, słupy, konstrukcje przestrzenne itp., służących reklamie;
 - 3/ w formie transparentów umieszczonych na obiektach lub pomiędzy obiektami.
- § 4. Nie są reklamą w rozumieniu uchwały:
- 1/ informacja zawierająca oznaczenie siedziby podmiotu gospodarczego i miejsca prowadzenia działalności gospodarczej nazwę lub imię i nazwisko podmiotu gospodarczego oraz zwięzłe określenie działalności gospodarczej, umieszczona na zewnątrz obiektu w miejscu prowadzenia działalności gospodarczej, na płaskiej tablicy zajmującej powierzchnię nie większą niż 0,2 m² i wykonana najwyżej w trzech kolorach. Warunek odnoszący się do kolorów nie dotyczy znaku firmowego umieszczonego na tablicy;

- 2/ oznaczenia i informacje jednostek organizacyjnych użyteczności publicznej, dotyczące statutowej działalności tych jednostek.
- § 5.1. Tablice informacyjne, o których mowa w § 4 pkt 1 uchwały, powinny być umieszczane na obiektach w miejscu prowadzenia działalności gospodarczej.
2. W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w miejscu oddalonym od głównego ciągu komunikacyjnego, w podwórzach posesji, tablice informacyjne mogą być umieszczane w wewnętrznej części prześwitu bramy.
- § 6. Kształt, kolor i sposób wykonania reklam oraz tablic informacyjnych, o których mowa w § 4 uchwały, powinny być zharmonizowane z otoczeniem, nie oszpecać obiektu i nie zagrażać bezpieczeństwu ludzi i mienia. Umieszczenie reklamy, w szczególności świetlnej, nie może powodować szkodliwych skutków dla otoczenia.
- § 7.1. Umieszczenie reklamy na obiekcie komunalnym wymaga zgody zarządcy tego obiektu.
2. Zarządca obiektu odmówi tej zgody w wypadku, gdy projekt plastyczny reklamy nie uzyska akceptacji Architekta Miasta Łodzi.
3. Ponadto, umieszczenie reklamy na obiekcie zabytkowym wymaga zgody wojewódzkiego konserwatora zabytków.
4. Postanowienia ust. 1 - 3 nie uchybiają przepisom prawa budowlanego.
- § 8.1. Wykorzystywanie obiektów komunalnych w celach reklamowych jest odpłatne.
2. Zarządcy obiektów komunalnych pobierają jednorazową opłatę za umieszczenie reklamy na obiekcie oraz opłaty miesięczne za korzystanie z niej.
3. Wysokość opłat jest uzależniona od powierzchni obiektu zajętej na cele reklamy oraz od miejsca położenia obiektu, na którym reklama jest umieszczona.
4. Zasady ustalania wysokości opłat określa załącznik do uchwały.
5. Wysokość opłat i zasady użytkowania obiektów w celach reklamowych ustala się w drodze wzajemnego porozumienia stron, tj. zarządcy obiektu i właściciela /użytkownika/ reklamy - z zastrzeżeniem ust. 4.
- § 9. Właściciele /użytkownicy/ reklam mogą być zwolnieni całkowicie lub częściowo z uiszczania opłat, o których mowa w § 8 uchwały, w wypadku wykonania remontu elewacji całego obiektu budowlanego lub jego części. Projekt elewacji powinien być uzgodniony z Architektem Miasta.

- § 10. Postanowienia § 7 ust. 1 i 2, § 8 ust. 2 - 5 oraz § 9 uchwały nie dotyczą użytkowania obiektów komunalnych w celach reklamowych przez firmy reklamowe prowadzące działalność gospodarczą na własnych nośnikach reklamowych. Zasady użytkowania obiektów komunalnych przez te firmy, wysokość opłat z tego tytułu oraz sposób rozliczeń określają umowy zawierane z tymi firmami przez Zarząd Miasta Łodzi.
- § 11.1. Zarządcy obiektów komunalnych dopilnują, aby po zakończeniu użytkowania obiektu w celach reklamowych właściciel reklamy usunął ją i doprowadził obiekt do należytego stanu.
Odpowiednie postanowienia w tej sprawie powinny być zawarte w umowie, o której mowa w § 8 ust. 5 i § 10 uchwały.
2. W razie umieszczenia na obiekcie komunalnym reklamy bez wymaganej zgody zarządcy obiektu podejmie niezwłocznie odpowiednie środki prawne mające na celu doprowadzenie do usunięcia tej reklamy i przywrócenie obiektu do stanu poprzedniego.
3. Postanowienia ust. 1 - 2 nie uchybiają przepisom prawa budowlanego.
- § 12. Zobowiązuje się Zarząd Miasta do opracowania szczegółowych zasad zawierania umów z użytkownikami reklam instalowanych na obiektach komunalnych.
- § 13. Uchyła się uchwałą nr 888/193/94 Zarządu Miasta Łodzi z dnia 11 marca 1994 r. w sprawie umieszczania reklam i tablic informacyjnych na obiektach komunalnych na obszarze miasta Łodzi.
- § 14. Uchwała podlega ogłoszeniu na tablicy ogłoszeń w Urzędzie Miasta Łodzi i wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI


Grzegorz PALKA



ZASADY USTALANIA WYSOKOŚCI OPŁAT ZA UMIESZCZANIE REKLAM
 NA OBIEKTACH KOMUNALNYCH I KORZYSTANIE Z NICH

1. Zasady ustalania wysokości opłat miesięcznych:

FORMY REKLAMY	POWIERZCHNIA REKLAMY	WYSOKOŚĆ MINIMALNYCH OPŁAT MIESIĘCZNYCH ZA KORZYSTANIE Z REKLAMY ZA 1 m ² POWIERZCHNI		
		Usytuowanie obiektów		
		STREFA I Pl.Wolności, ul.Piotrkowska Pl.Niepodległości	STREFA II x)	STREFA III Pozostałe ulice
1.Reklamy transparentowe		15 zł	10 zł	7 zł 50 gr.
2.Pozostałe reklamy: (reklamy ściennie w postaci malowideł, rysunków i napisów wykonywanych na ścianie obiektu, oraz urządzenia reklamowe w postaci np. tablic, gablot, szafek, szyldów, markiz, słupów, konstrukcji świetlnych i przestrzennych itp.)	do 15m	30 zł.	25 zł.	15zł.
	ponad 15m ² , za każdy następny m ² .	15zł.	12zł.50gr.	7zł.50gr.

x) Strefa II obejmuje teren ograniczony ulicami (z wyłączeniem Pl.Wolności, ul.Piotrkowskiej, Pl.Niepodległości):

- od północy : ul.B.Limanowskiego, ul.Zgierska, Rynek Bałucki, ul.Organizacji Wn, ul.Franciszkańska, ul.Woj.Polskiego ;
- od wschodu : ul.Strykowska, ul.St.Kopcińskiego, ul.Narutowicza, ul.Konstytucyjna, ul.Małachowskiego, ul.Niciarniana, ul.Przybyszewskiego, Al.Marsz.Edwarda Śmigłego Rydza ;
- od południa : Rondo Broniewskiego, ul.Broniewskiego, Rondo Insurekcji Kościuszkowskiej, ul.Paderewskiego, ul.Rzgowska, ul.Bednarska, ul.Pabianicka, Rondo Lotników Lwowskich ;
- od zachodu : Al.Politechniki, ul.Wróblewskiego, ul.Bratysławska, ul.Karolewska, Al.Unii Lubelskiej, ul.Drewnowska, Al.Włókniarzy, Rondo Korfatego.

Teren ten oznaczony jest na załączonej mapie.

2. Opłata jednorazowa za założenie (umieszczenie) reklamy nie może być mniejsza od opłaty miesięcznej za korzystanie z niej.

3. Powierzchnię reklamy w kształcie nieregularnym przyjmuje się jako powierzchnię prostokąta, w którym mieści się dana reklama.