

Raport podsumowujący przebieg konsultacji społecznych 2026 r.



**Uchwała
krajobrazowa**



**Mińsk
Mazowiecki**



Spis treści:

1. PRZEBIEG KONSULTACJI SPOŁECZNYCH	2
1.1. PODSTAWA KONSULTACJI SPOŁECZNYCH.....	2
1.2. WYBRANE FORMY KONSULTACJI SPOŁECZNYCH.....	3
1.3. SPOSÓB INFORMOWANIA O KONSULTACJACH SPOŁECZNYCH.....	4
2. WYKAZ ZGŁOSZONYCH UWAG WRAZ Z PROPOZYCJĄ ICH ROZPATRZENIA I UZASADNIENIEM	4
3. PROTOKOŁY Z CZYNNOŚCI PRZEPROWADZONYCH W RAMACH KONSULTACJI	17
3.1. SPOTKANIE DNIA 04 LISTOPADA 2025 R.	17
3.2. SPOTKANIE 12 LISTOPADA 2025 R.	20

1. Przebieg konsultacji społecznych

1.1. Podstawa konsultacji społecznych

**BURMISTRZ MIASTA
MIŃSK MAZOWIECKI**

Mińsk Mazowiecki, dnia 15 października 2025 r.

PG.6722.2.2024

Ogłoszenie Burmistrza miasta Mińsk Mazowiecki o rozpoczęciu konsultacji społecznych

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 2025 r. poz. 1153), art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.), w związku uchwałą Nr LXXI.631.2024 Rady Miasta Mińsk Mazowiecki z dnia 25 marca 2024 r., zawiadamiam o rozpoczęciu konsultacji społecznych projektu uchwały w sprawie 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, zwanej dalej **uchwałą krajobrazową**.

Konsultacje społeczne prowadzone są w terminie od 15 października 2025 r. do 17 listopada 2025 r.

Konsultacje społeczne prowadzone są w następujących formach:

- zbierania uwag w terminie od 15 października 2025 r. do 17 listopada 2025 r.,
- spotkania otwartego poprzedzonego prezentacją projektu uchwały krajobrazowej, które odbędzie się w dniu **4 listopada 2025 r. o godz. 17:30** w sali koncertowej (aula na parterze) Miejskiej Szkoły Artystycznej I stopnia w Mińsku Mazowieckim im. Konstantego Ryszarda Domagały, ul. Jana Pawła II 23 w Mińsku Mazowiecki (wejście od strony kina),
- dyżuru projektanta, prowadzonego w dniu **12 listopada 2025 r. w godz. 17:00 – 19:00** w sali nr 6 (parter) Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki, ul. Konstytucji 3 Maja 1, 05-300 Mińsk Mazowiecki.

Uwagi należy składać do Burmistrza Miasta Mińsk Mazowiecki na piśmie w postaci papierowej lub elektronicznej na formularzu PISMO DO AKTÓW PLANOWANIA PRZESTRZENNEGO (wzór formularza dostępny jest w Biuletynie Informacji Publicznej Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki

<https://www.bip.minsk-maz.pl/> w zakładce *Wykaz usług świadczonych przez Urząd Miasta Mińsk Mazowiecki / Wydział Gospodarki Przestrzennej i Nieruchomości*): na adres:

- Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki, ul. Konstytucji 3 Maja 1, 05-300 Mińsk Mazowiecki,
- poczty elektronicznej boi@umminskmaz.pl,
- skrzynki podawczej ePUAP: /mpopm6144j/skrytka,
- skrzynki edoręczeń: AE:PL-84451-25983-ADIFC-12.

Składający uwagę podaje swoje imię i nazwisko oraz adres zamieszkania albo siedziby oraz adres poczty elektronicznej (o ile taki posiada), a także wskazuje czy jest właścicielem lub użytkownikiem wieczystym nieruchomości, objętej uwagą oraz może podać dodatkowe dane do kontaktu takie jak adres do korespondencji lub numer telefonu.

Projekt uchwały krajobrazowej w terminie konsultacji społecznych jest udostępniony:

- w siedzibie Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki, 05-300 Mińsk Mazowiecki, ul. Konstytucji 3 Maja 1, pokój nr 206 w godzinach pracy urzędu,
- na stronie internetowej miasta Mińsk Mazowiecki pod adresem: <https://www.minsk-maz.pl/> w zakładce: **Nasze miasto / Gospodarka przestrzenna i nieruchomości / Uchwała krajobrazowa,**
- na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki <https://www.bip.minsk-maz.pl/> w zakładce: *Gospodarka przestrzenna / Konsultacje społeczne aktów planowania przestrzennego.*

Wszelkich wyjaśnień związanych z konsultacjami projektu uchwały krajobrazowej udzielać będzie:
Wydział Gospodarki Przestrzennej i Nieruchomości tel. 25 759 53 24, 25 759 53 99.

Burmistrz Miasta

/-/ Marcin Jakubowski

Klauzula informacyjna.

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

- administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Burmistrz Miasta Mińsk Mazowiecki z siedzibą przy ul. Konstytucji 3 Maja 1 w Mińsku Mazowieckim;
- administrator wyznaczył Inspektora Ochrony Danych;
- Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą w celu realizacji wniosku na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w związku z art. 8g ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

Więcej informacji związanych z wykonywaniem obowiązku, o którym mowa w art. 13 RODO uzyskacie Państwo w Biuletynie Informacji Publicznej Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki w zakładce *Ochrona danych osobowych / Klauzule informacyjne*, <https://www.bip.minsk-maz.pl/>.

1.2. Wybrane formy konsultacji społecznych:

- zbieranie uwag,
- spotkanie otwarte,
- dyżur projektanta.

1.3. Sposób informowania o konsultacjach społecznych:

- plakaty umieszczone w autobusach komunikacji miejskiej,
- ogłoszenie zamieszczone na stronach: Miasta Mińsk Mazowiecki, Biuletynie Informacji Publicznej Miasta Mińsk Mazowiecki oraz facebook Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki,
- ogłoszenie na słupach reklamowych miasta, tablicy ogłoszeniowej Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki,
- e-maile wysyłane do przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie miasta Mińsk Mazowiecki oraz do szkół, przedszkoli, zarządców nieruchomości i Radnych Miasta Mińsk Mazowiecki,
- broszury informacyjne roznoszone na terenie miasta.

2. Wykaz zgłoszonych uwag wraz z propozycją ich rozpatrzenia i uzasadnieniem

Lp. osób i podmiotów składających	Treść uwagi i propozycja rozpatrzenia
1.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Proponuję, aby uchwała krajobrazowa uwzględniała też wielkie ekrany LED i światło, które generują, mam tu na myśli ekran na przykład w Centrum na hotelu Partner. Myślę, że to również powinno być zakazane lub bardzo ograniczone pod kątem emisji światła częstości zmiany treści i animacji na takim ekranie. Ekran powinien być bardziej statyczny.</p> <p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono</p> <p>Uchwała już uwzględnia to zagadnienie, podając stonowane parametry oświetlenia (świecenia, podświetlania), ograniczenie zmiennej ekspozycji, czy standard wyświetlania.</p>
2.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Uprzejmie wnoszę o złagodzenie projektowanych restrykcji. Ograniczenie możliwości stosowania banerów reklamowych w formie jaka jest zaproponowana w projekcie ogranicza prawie do zera możliwości promowania działalności gospodarczych funkcjonujących na terenie miasta i gminy Mińsk Mazowiecki, które są istotnym elementem składowy tworzenia budżetu, z którego Miasto Mińsk Mazowiecki korzysta. Rozumiem, że banery zajmujące całe ogrodzenia czy ściany budynków to przesada, natomiast wnoszę by ograniczenia były bardziej zdroworozsądkowe i określały dopuszczalną procentową powierzchnię reklamową w stosunku do np. ogrodzenia/ściany itd. Niech by to było np. 30% ogrodzenia ale nie więcej niż np. 10 m². Byłby to z Państwa strony gest w kierunku Mińskich przedsiębiorców.</p>
3.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Wnoszę o zmniejszenie rygoru ustawy (uchwały krajobrazowej). Chciałbym mieć możliwość powiesić na swoim ogrodzeniu np. baner reklamowy. Nie chodzi o obwieszenie całego płotu czy budynku banerami, bo takich zachowań nie popieram,</p>

	<p>jednak jakaś ilość powinna być dopuszczalna. Na przykład stosunek m² baneru do m² ogrodzenia budynku.</p> <p>Propozycja rozpatrzenia uwag 2 i 3: nie uwzględniono</p> <p>Po analizie uwag dotyczących możliwości stosowania banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach, utrzymany zostaje brak dopuszczenia takiego rozwiązania. Liczba zgłoszonych uwag dotyczących dopuszczenia reklam na ogrodzeniach jest marginalna – podczas konsultacji publicznych oraz ankiety prekonsultacyjnej większość mieszkańców (832 osoby) wyraziła opinię, że obecna ilość reklam na ogrodzeniach jest nadmierna i zaburza estetykę przestrzeni publicznej. Ochrona ładu przestrzennego i estetyki miasta pozostaje priorytetem uchwały krajobrazowej. Uchwała ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i ograniczenie wizualnego chaosu reklamowego, co ma bezpośredni wpływ na wizerunek Mińska Mazowieckiego oraz komfort życia mieszkańców. W związku z powyższym, projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia reklam na ogrodzeniach. Jednocześnie przypomina się, że istnieją inne formy ekspozycji reklamowej w przestrzeni miejskiej, zgodne z zasadami nowej uchwały.</p> <p>Banery jako nośnik reklamowy charakteryzują się niskim kosztem realizacji, co przekłada się na ich powszechność, jednak jednocześnie rodzi trudności w utrzymaniu jednolitych standardów jakościowych. W praktyce pojawiają się problemy związane z właściwym nacięciem materiałów miękkich, trwałością oraz estetyką wykonania, w tym z widocznymi deformacjami czy uszkodzeniami. Banery sytuowane na ogrodzeniach często nie tworzą spójnej kompozycji przestrzennej – są montowane na różnych wysokościach i bez wspólnej osi odniesienia, co wpływa na chaotyczny odbiór przestrzeni.</p> <p>Różnorodność kolorów banerów rozwieszonych na ogrodzeniach zaburza harmonię krajobrazu, a uchwała krajobrazowa nie ustala kolorystyki banerów – ustawa nie daje takiej delegacji i niemożliwym jest wprowadzenie takich uregulowań. Reklamy na ogrodzeniach przysłaniają przestrzeń: zamiast podziwiać estetyczne ogrodzenia, fasady domów czy zieleń, patrzymy na pstrokate banery, które prowadzą do wizualnej degradacji stref frontowych ulic – granic przestrzeni publicznych.</p> <p>Umożliwienie realizacji banerów na określonej powierzchni ogrodzenia nie jest sprawiedliwym rozwiązaniem dostosowanym do parcelacji miasta: wąskie nieruchomości nie będą mogły umieszczać banerów, a nieruchomości o szerszych frontach będą w tym rozwiązaniu uprzywilejowane. Proponowane limity (30% lub do 10m²) nie uwzględniają częstotliwości powtarzalności banerów i nie chronią przed liniową kumulacją reklam: nawet małe formaty banerów rozmieszczone w regularny sposób wzdłuż ulicy tworzą efekt „szpaleru reklamowego”. Dopuszczenie banerów na ogrodzeniach i określenie ich limitu może prowadzić do trudności w kontroli ich proporcji procentowych czy w pomiarze powierzchni elastycznych.</p>
4.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>W ramach konsultacji społecznych chciałem wyrazić swoją opinię na temat projektu ustawy (uchwały krajobrazowej). Ustawa byłaby zbyt surowa w takiej formie jak zaproponowana. Proszę o dopuszczenie reklam w prostej formie na budynkach i</p>

	<p>ogrodzeniach, których jest się właścicielem, albo na podstawie umowy najmu w rozsądnej ilości, niech to będzie na przykład kilka sztuk, nie więcej niż 4, wszystkie w tych samych wymiarach żeby wyglądało estetycznie, z zakazem stosowania bardzo jaskrawych, drażniących barw. Nie ma nic złego w tym, że ktoś w sposób estetyczny chce zwiększać widoczność swojej firmy bądź usługi na terenie miasta, które to usługi przynoszą dochody do urzędu.</p> <p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono w części</p> <p>Warto zwrócić uwagę na to, że w projekcie uchwały krajobrazowej przewidziano szeroką możliwość sytuowania szyldów – czyli reklam dotyczących prowadzonych na danej nieruchomości działalności – w liczbie większej niż proponowana.</p> <p>Po analizie uwag dotyczących możliwości stosowania banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach, utrzymany zostaje brak dopuszczenia takiego rozwiązania. Liczba zgłoszonych uwag dotyczących dopuszczenia reklam na ogrodzeniach jest marginalna – podczas konsultacji publicznych oraz ankiety prekonsultacyjnej większość mieszkańców (832 osoby) wyraziła opinię, że obecna ilość reklam na ogrodzeniach jest nadmierna i zaburza estetykę przestrzeni publicznej. Ochrona ładu przestrzennego i estetyki miasta pozostaje priorytetem uchwały krajobrazowej. Uchwała ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i ograniczenie wizualnego chaosu reklamowego, co ma bezpośredni wpływ na wizerunek Mińska Mazowieckiego oraz komfort życia mieszkańców. W związku z powyższym, projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia reklam na ogrodzeniach innych niż szyldy, które wizualnie identyfikują prowadzoną na tej nieruchomości działalność na nieruchomości. Jednocześnie przypomina się, że istnieją inne formy ekspozycji reklamowej w przestrzeni miejskiej, zgodne z zasadami nowej uchwały.</p>
5.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Aktualny projekt ustawy zbyt mocno ogranicza i reguluje możliwości reklamowania działalności gospodarczych w Mińsku Mazowieckim, jak również narzuca sposób budowy ogrodzeń. Wnioskuje o zmniejszenie minimalnego % ażurowości ogrodzeń od strony dróg publicznych, możliwość montażu materiałów bądź paneli ograniczających wgląd "przechodniów na posesję, jak również dopuszczenie banerów reklamowych na budynkach o funkcji użytkowej, mieszkalnej i ogrodzeniach. Nie tyle co jest w tej chwili, bo miejscami jest to mocno przesadzone, ale na przykład ograniczenie w postaci max 20m² reklamy na budynku bądź płocie, albo baner nie wyższy niż 2 m i nie szerszy niż 6m.</p> <p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Minimalna ażurowość dotycząca nowych ogrodzeń została ustalona w projekcie w sposób zapewniający jednocześnie porządek przestrzenny i prywatność mieszkańców, z zachowaniem proporcji wymaganej dla przejrzystości i estetyki. Ażurowe ogrodzenia pozwalają na ekspozycję zadbanych ogrodów i architektury budynków, co podnosi walory wizualne i zapewnia spójność krajobrazu. Jednolite wymogi dotyczące prześwitów zapobiegają chaosowi wizualnemu, który powstaje, gdy każda nieruchomość jest ogrodzona w innym stylu.</p>

	<p>Po analizie uwag dotyczących możliwości stosowania banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach, utrzymany zostaje brak dopuszczenia takiego rozwiązania. Liczba zgłoszonych uwag dotyczących dopuszczenia reklam na ogrodzeniach jest marginalna – podczas konsultacji publicznych oraz ankiety prekonsultacyjnej większość mieszkańców (832 osoby) wyraziła opinię, że obecna ilość reklam na ogrodzeniach jest nadmierna i zaburza estetykę przestrzeni publicznej. Ochrona ładu przestrzennego i estetyki miasta pozostaje priorytetem uchwały krajobrazowej. Uchwała ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i ograniczenie wizualnego chaosu reklamowego, co ma bezpośredni wpływ na wizerunek Mińska Mazowieckiego oraz komfort życia mieszkańców. W związku z powyższym, projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia reklam na ogrodzeniach. Jednocześnie przypomina się, że istnieją inne formy ekspozycji reklamowej w przestrzeni miejskiej, zgodne z zasadami nowej uchwały.</p>
6.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Wnoszę o uwzględnienie w projekcie uchwały krajobrazowej moich następujących postulatów:</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>1. Dopuszczenie banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach w ilości do 30 % powierzchni, ale nie więcej niż 12 m² i nie więcej niż 3 szt.</p> <p>Warto także dodatkowo określić, że wszystkie te banery muszą mieć tę samą wysokość i być zamontowane w równej linii, by nie zaburzać estetyki. Wykonanie na przykład pylonu, co było omawiane na konsultacjach dnia 4 listopada w Auli Miejskiej Szkoły Artystycznej, będzie generowało nie dość że dużo wyższe koszty, to także wymagać będzie dużo więcej formalności. Niesie to za sobą więcej pracy dla pracowników Urzędu Miasta, którzy i tak są już dość mocno obciążeni ilością obowiązków. Warto także wspomnieć, że im zasady będą prostsze i ogólniejsze, tym mniej kontroli będzie to wymagać.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 1. Po analizie uwag dotyczących możliwości stosowania banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach, utrzymany zostaje brak dopuszczenia takiego rozwiązania. Liczba zgłoszonych uwag dotyczących dopuszczenia reklam na ogrodzeniach jest marginalna – podczas konsultacji publicznych oraz ankiety prekonsultacyjnej większość mieszkańców (832 osoby) wyraziła opinię, że obecna ilość reklam na ogrodzeniach jest nadmierna i zaburza estetykę przestrzeni publicznej. Ochrona ładu przestrzennego i estetyki miasta pozostaje priorytetem uchwały krajobrazowej. Uchwała ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i ograniczenie wizualnego chaosu reklamowego, co ma bezpośredni wpływ na wizerunek Mińska Mazowieckiego oraz komfort życia mieszkańców. Stosowanie banerów na ogrodzeniach i budynkach jako formy reklamy zewnętrznej, choć ekonomicznie dostępne, niesie ze sobą ryzyko instalacji nośników niskiej jakości, które pod wpływem wiatru i temperatury, szybko tracą walory estetyczne. W związku z powyższym, projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia reklam na ogrodzeniach. Jednocześnie przypomina się, że istnieją inne formy ekspozycji reklamowej w przestrzeni miejskiej, zgodne z zasadami nowej uchwały.</p>

	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>2. Ogrodzenia od strony dróg publicznych - minimalny stopień ażurowości dla ogrodzeń o wysokości powyżej 1,5 m w projekcie ustawy to 50%. Spełnienie tego wymogu np. przy ogrodzeniu ze sztachet może okazać się nieosiągalne. Wnoszę o zmniejszenie tej wartości przynajmniej do 40%.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 2. Minimalna ażurowość ogrodzeń została ustalona w projekcie w sposób zapewniający jednocześnie porządek przestrzenny i prywatność mieszkańców, z zachowaniem proporcji wymaganej dla przejrzystości i estetyki. Otwarta struktura przeziernych ogrodzeń sprawia, że są postrzegane jako mniej inwazyjne niż pełne mury. Uchwała krajobrazowa dopuszcza ogrodzenie pełne na szerokości wynoszącej maksymalnie: 40% szerokości ogrodzenia, co umożliwi zachowanie prywatności.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>3. Ogrodzenia od strony dróg publicznych - Wnoszę o dopuszczenie w ustawie stosowanie na ogrodzeniach siatek maskujących. Wielu mieszkańców naszej gminy ma ogrodzenia przy mocno ruchliwych drogach. Nie każdy ma możliwość zasadzenia drzewek bądź krzewów, chociażby ze względu na niedostateczną ilość miejsca na posesji. Brak możliwości maskowania ogrodzenia siatką maskującą powoduje dyskomfort korzystania z własnej przestrzeni podwórka, gdy przechodnie mają swobodny wgląd w to co się na nim dzieje. Nie wyobrażam sobie sytuacji, gdy przechodnie bądź osoby stojące na przystanku mogą oglądać jak moje dzieci kąpią się w basenie bądź biegają rozneglizowane po podwórku. To samo tyczy się osób dorosłych, które także mogą czuć się niekomfortowo, będąc „podglądanymi” przez przechodniów w okresie letnim.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 3 Uchwała krajobrazowa nie reguluje kwestii stosowania elementów nie związanych strukturalnie z ogrodzeniem (siatki maskujące, zieleń), umożliwiających odgrodzenie się od wzroku przechodniów. Siatka maskująca nie jest elementem strukturalnym ogrodzenia ani urządzenia budowlanego, dlatego nie wchodzi w zakres regulacji uchwały krajobrazowej. Jeśli właściciel posesji chce ograniczyć widoczność swojej działki, odpowiednim i zgodnym z przepisami sposobem jest stosowanie roślinności – drzew, krzewów lub zielonych ekranów. Takie rozwiązanie zapewnia prywatność i komfort mieszkańców, a jednocześnie zachowuje przejrzystość przestrzeni publicznej i estetykę miasta, co jest celem uchwały krajobrazowej.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>4. Ogrodzenia od strony dróg publicznych - Wymóg dotyczący cokołu (podmurówki) ogrodzenia. Wnoszę, by w ustawie sformułować to jako możliwość wykonania podmurówki o wysokości do 0,9m, zamiast obligatoryjnego wykonania podmurówki, gdyż na przykład niektóre ogrodzenia panelowe sprawdzają się równie dobrze bez żadnej podmurówki.</p>

	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 4 Cokół nie jest wymagany, jednak w przypadku, gdyby występował to będą go obejmowały zapisy uchwały.</p> <hr/> <p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>5. Wdrożenie wymagania zachowania ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej, braku występowania rdzy na elementach metalowych czy pęknięć i zarysowań wiąże się z przymuszaniem właścicieli do ciągłego remontowania ogrodzeń. A co jeśli niektórych mieszkańców na to nie stać? Mają brać pożyczkę na odmalowanie ogrodzenia? Albo płacić mandaty, za to że ich nie stać na remont ogrodzenia?</p> <p>A co w sytuacji gdy akty chuligańskie w pewnych rejonach mińska powodują stałe i regularne uszkodzenia ogrodzeń? Osoba, która jest ofiarą takich aktów, nie dość że jest pokrzywdzona już wskutek takiego aktu, będzie musiała na swój koszt dokonywać napraw, w dodatku może jeszcze zostać ukarana mandatem.</p> <p>Na koniec chciałbym dodać, że projekt ustawy (uchwały krajobrazowej) jest zasadny. Faktycznie na terenie Mińska Mazowieckiego występuje wiele miejsc, gdzie ilość i forma reklam pozostawia wiele do życzenia. W moim odczuciu regulowanie estetyki na budynkach wielorodzinnych przyniesie pozytywne rezultaty. Także wiele budynków przy ul. Warszawskiej jest obwieszane banerami bez umiaru, ładu i składu, więc pewne regulacje będą zdecydowanie przydatne. Natomiast proszę uprzejmie o nieco łagodniejsze regulacje, które nie odbiorą mieszkańcom poczucia, że są właścicielami swoich nieruchomości i że sami mogą decydować o tym jak będą wyglądały ich posesje, oczywiście jeśli nie przekraczają granic zdrowego rozsądku.</p> <hr/> <p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 5 Dbłość zarówno o ogrodzenia jak i o budynki jest już nałożona z mocy Prawa Budowlanego. Projektowana uchwała jedynie doprecyzowuje standard jakościowy odpowiedniego stanu technicznego.</p>
7.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>Wnoszę uwagi do następujących przepisów uchwały krajobrazowej:</p> <hr/> <p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>1) paragraf 23 pkt. a) i b)</p> <p>Wnoszę o zmianę minimalnych odległości wolnostojących nośników reklamy, poprzez wprowadzenie nowych wartości:</p> <p>a) sytuowanie nie bliżej niż 10 m od innych nośników reklamy i szyldów o formie wolnostojącej, które zostały sytuowane na podstawie zgody budowlanej</p> <p>b) obowiązują odległości minimalne:</p> <p>-1 m od granicy nieruchomości, na której się znajdują - 4 m od budynku -1 m od budynku.</p>

	<p>Uzasadnienie uwagi:</p> <p>Spółka uznaje za niezasadne sytuowanie nośników nie bliżej niż 20 m od innych nośników reklamowych oraz ich odsunięcie od granicy nieruchomości, na której się znajdują aż o 3 m oraz 6 m od budynku. W przypadku wielu już istniejących nośników reklamowych dostosowanie do powyższego wymogu poprzez odsunięcie o wskazane wartości nośnika od granicy nieruchomości oraz od budynku nie będzie możliwe z uwagi na infrastrukturę, która od wielu już lat funkcjonuje na nieruchomościach w postaci np. wewnętrznej drogi dojazdowej, chodnika, napowietrznych linii energetycznych. Powyższe spowoduje konieczność demontażu nośnika reklamowego. Podkreślić również należy, iż nośniki reklamowe legalnie posadowione na podstawie pozwolenia na budowę bądź zgłoszenia robót budowlanych spełniają wymóg minimalnej odległości od drogi publicznej, wynikający z przepisów Ustawy z dnia 21.03.1985 r. o drogach publicznych</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 1) Nośniki reklamy, posiadające tzw. „zgodę budowlaną” nie mają terminu dostosowania, mogą więc być użytkowane w sposób niezaburzony. Nowe nośniki reklamy będą musiały być sytuowane zgodnie z parametrami, zaś istniejące nielegalne nośniki reklamy muszą być dostosowane lub usunięte w terminie dostosowania (z punktu widzenia ustawy o planowaniu).</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>2) Paragraf 23 pkt 2 ppkt a), b), c)</p> <p>Wnoszę o dodanie następujących formatów powierzchni ekspozycyjnej:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3m x 6m, - 4m x 12m. <p>Uzasadnienie:</p> <p>Na terenie Mińska Mazowieckiego funkcjonuje wiele wolnostojących nośników reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej przekraczającej wartości dopuszczalne w projekcie uchwały tj. dwustronne nośniki reklamowe o wymiarach tablicy ekspozycyjnej 3x6m. oraz 12x4 m. Wskazane nośniki reklamowe posiadają najpopularniejszy format tablicy reklamowej w Polsce oraz Europie i są najczęściej wybierane przez klientów firm oferujących reklamę systemową.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 2) Ze względu na swój zwarty charakter przestrzeni miejskiej Mińska Mazowieckiego nie przewiduje się możliwości sytuowania ponadstandardowych (choć jak wskazano popularnych) nośników reklamy.</p>
8.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym [pismo odręczne, nieczytelne]:</p> <p>Reklama Konstrukcja stojąca przy ogrod... Reklama o wymiarach 5m długości i 2,5m szerokości. Reklama bed. służy do reklam, czy usług świadczonych w siedzibie firmy.</p>
9.	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym [pismo odręczne, nieczytelne]:</p> <p>Reklam szyld reklamowy.</p>

	reklama stojąca przy ogrod... o wymiarach(?) 3,5m szerokości i 2 m wysokości. Nośnik reklm... o tusis? I usługach? usług.
10.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym [pismo odręczne, nieczytelne]: Tablica reklamowa przy ogrodzeniu? Nośnik reklm... o wym. 5m szerokości 2,5m wysokości. Rekl... w ilości 3szt będą reklamami s... prze... usłu... w ... miejscu wykonywania działalności
11.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Reklama urządzenia reklamowe na ścianach budynku od strony ulicy; ściana budynku jest szczytem budynku i jest bez okien. Okna budynku nie będą zakryte. Wymiary reklamy szyldu 8 metrów odległości i 4 metry szerokości
12.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Szyldy reklamowe na witrynach okiennych i szyld na elewacji z nazwą logo firmy z neonem.
13.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Szyldy reklamowe na witrynach okiennych i szyld na elewacji z nazwą logo firmy z neonem.
14.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Szyld z reklamą OKSP i mechanik? O wymiarach 3,20x2,00 m na terenie posesji tablica reklamowa przęsło ogrodzenia szt 2 o wym. 3,00 x 1,60 m x 2.
15.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Szyldy reklamowe na witrynach okiennych i szyld na elewacji z nazwą logo firmy z neonem.
16.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: Reklama: szyld reklamowy o wymiarach 200/100cm na budynku lodziarni „Borówka” Na ogrodzeniu reklama o wymiarach 210/110cm sztuk 2 Propozycja rozpatrzenia uwag od 8 do 16: nie uwzględniono Opisano istniejącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, bez wskazania jaki jest cel takiego zabiegu – usunięcie, zachowanie, pytanie – w związku z czym nie ma możliwości rzeczowego odniesienia się.
17.	Treść uwagi w brzmieniu złożonym: W odpowiedzi na ogłoszenie (...) przedstawiam poniżej uwagi i propozycje zmian mające na celu uwzględnienie w projekcie uchwały specyfiki funkcjonowania stacji paliw.

Stacje paliw stanowią specyficzną kategorię obiektów usługowych oraz odgrywają kluczową rolę w zapewnianiu ciągłości i dostępności usług zarówno dla mieszkańców jak i pozostałych użytkowników dróg. Mając na uwadze specyfikę ich funkcjonowania, a także obowiązki wynikające z przepisów prawa, m.in. w zakresie uwidaczniania cen paliw zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 19.12.2022 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług (Dz. U. 2022 poz. 2776), zwracamy się z prośbą o uwzględnienie w uchwale odrębnego rozdziału dedykowanego wyłącznie tego typu obiektom.

Pragniemy podkreślić, że zależy nam na zachowaniu rozpoznawalności marki i związku z tym, w szczególności, kluczowe jest dla nas, aby w projekcie uchwały znalazły się zapisy dotyczące możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących oraz niebędących szyldami na budynkach, budowlach, urządzeniach automatycznych i elementach infrastruktury technicznej oraz zapisy regulujące możliwość sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń informacyjnych z nazwą własną, logo oraz informacją o cenach paliw. Mając na uwadze specyfikę działalności stacji paliw oraz konieczność zapewnienia klientom czytelnej i bezpiecznej informacji, zwracamy się z prośbą o rozważenie wprowadzenia następujących zmian w projekcie uchwały:

Treść uwagi w brzmieniu złożonym:

1. Sugerujemy doprecyzowanie zapisów projektu uchwały poprzez wprowadzenie odrębnej definicji „pylonu cenowego” jako wolnostojącego urządzenia reklamowego, prezentującego cenę, połączonego trwale z gruntem, o jedno- lub dwustronnej ekspozycji szyldów z dopuszczeniem wyświetlacza, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla umieszczonego na nim komponentu max. trzech szyldów, o szerokości do 3 m i wysokości do 12 m, zlokalizowanego bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzonej działalności gospodarczej przez jeden podmiot.

Uzasadnienie: obecny projekt uchwały odnosi się wyłącznie do wolnostojących urządzeń zbiorczych, co w pełni nie odzwierciedla specyfiki pylonów cenowych. Zgodnie z obowiązującymi przepisami przedsiębiorcy prowadzący stacje paliw są zobowiązani do prezentowania cen paliw w sposób jednoznaczny, widoczny i czytelny dla konsumentów. W praktyce funkcję tą pełnią pylony cenowe, które są standardowym i niezbędnym elementem infrastruktury stacji paliw.

Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono

Ad. 1. Proponowane zapisy uchwały krajobrazowej dokładnie odpowiadają na to wyzwanie: ograniczają nadmiarowe wielkości pylonów cenowych oraz uniemożliwiają sytuowanie dodatkowych szyldów w postaci banerów rozpiętych na ramie – ze względu na sytuowanie zbiorcze właśnie.

Treść uwagi w brzmieniu złożonym:

2. Zwracamy się w prośbą o uwzględnienie w §12 oraz §13 zapisów określających dopuszczalną ilość oraz zasady sytuowania szyldów na budowlach. W szczególności wnosimy o dopuszczenie możliwości lokalizowania szyldów na dachach budowli, w tym na dachach wiat stacji paliw. W projekcie uchwały przewidziano jedynie

	<p>sytuowanie szyldów w odniesieniu do pasa szyldowego elewacji. Dodatkowo, wnosimy o uwzględnienie w projekcie uchwały zapisu określającego maksymalną ilość szyldów możliwych do umieszczenia na dachu budowli, proponując dopuszczenie maksymalnie dwóch sztuk.</p> <p>Uzasadnienie: pragniemy zwrócić uwagę, że w przypadku stacji paliw umieszczenie szyldu na dachu budowli jest jednym ze sposobów zapewnienia właściwej widoczności z przestrzeni drogowej. Stacje paliw stanowią obiekty o specyficznym charakterze użytkowym i funkcjonalnym, a właściwe oznakowanie jest niezbędne do prawidłowej identyfikacji obiektu i marki, przy jednoczesnym zachowaniu ładu przestrzennego.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono</p> <p>Ad. 2. Skorygowano definicję pasa szyldowego tak, aby jednoznacznie dotyczył on otoku na zadaszenu wiaty na stacjach paliw (i innych analogicznych budowlach).</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>3. Wnosimy o zwiększenie dopuszczalnej liczby szyldów na urządzeniach automatycznych do maksymalnie 4 sztuk na jedno urządzenie lub alternatywnie o wyłączenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów zlokalizowanych pod wiatą tj. na elementach konstrukcyjnych wiaty oraz na elementach infrastruktury technicznej spod zapisów uchwały, jako niewidocznych z przestrzeni publicznej.</p> <p>Uzasadnienie: elementy te mają charakter informacyjny i są integralną częścią urządzeń obsługujących klientów, a nie reklam o charakterze zewnętrznym.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 3. W uchwale nie można definiować tego, czy coś jest widoczne z przestrzeni publicznych – istotny jest stan faktyczny. Można się natomiast zgodzić z argumentacją, że naklejki na dyspozytorach spełniają to kryterium.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>4. Prosimy o zwiększenie ogólnej liczby dopuszczalnych szyldów z obecnie przewidzianych 6 sztuk do maksymalnie 12 sztuk dla każdej z działalności, prowadzonych na nieruchomości. Uzasadnienie: działalność stacji paliw obejmuje liczne elementy infrastruktury, które wymagają właściwego oznakowania i informacji dla użytkowników.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono w części</p> <p>Ad. 4. Wprowadzono zmianę w § 4 pkt 5 – sposób liczenia szyldów na urządzeniach automatycznych o ile są to nadruki lub naklejki i każdy pojedynczy szyld nie przekracza wielkości 0,7 m² – liczy się po zmianie jako 1 szyld.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>5. Zwracamy się z prośbą o dopuszczenie możliwości sytuowania nośników reklamowych w formie banerów oraz o uwzględnienie w projekcie uchwały</p>

szczegółowych zapisów określających zasady, warunki lokalizacji, dopuszczalne gabaryty, a także maksymalną liczbę takich nośników.

Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono

Ad. 5. Po analizie uwag dotyczących możliwości stosowania banerów reklamowych na ogrodzeniach i budynkach, utrzymany zostaje brak dopuszczenia takiego rozwiązania. Liczba zgłoszonych uwag dotyczących dopuszczenia reklam na ogrodzeniach jest marginalna – podczas konsultacji publicznych oraz ankiety prekonsultacyjnej większość mieszkańców (832 osoby) wyraziła opinię, że obecna ilość reklam na ogrodzeniach jest nadmierna i zaburza estetykę przestrzeni publicznej. Ochrona ładu przestrzennego i estetyki miasta pozostaje priorytetem uchwały krajobrazowej. Uchwała ma na celu uporządkowanie przestrzeni miejskiej i ograniczenie wizualnego chaosu reklamowego, co ma bezpośredni wpływ na wizerunek Mińska Mazowieckiego oraz komfort życia mieszkańców. W związku z powyższym, projekt uchwały nie przewiduje dopuszczenia reklam na ogrodzeniach. Jednocześnie przypomina się, że istnieją inne formy ekspozycji reklamowej w przestrzeni miejskiej, zgodne z zasadami nowej uchwały.

Banery jako nośnik reklamowy charakteryzują się niskim kosztem realizacji, co przekłada się na ich powszechność, jednak jednocześnie rodzi trudności w utrzymaniu jednolitych standardów jakościowych. W praktyce pojawiają się problemy związane z właściwym naciąganiem materiałów miękkich, trwałością oraz estetyką wykonania, w tym z widocznymi deformacjami czy uszkodzeniami. Banery sytuowane na ogrodzeniach często nie tworzą spójnej kompozycji przestrzennej – są montowane na różnych wysokościach i bez wspólnej osi odniesienia, co wpływa na chaotyczny odbiór przestrzeni.

Różnorodność kolorów banerów rozwieszonych na ogrodzeniach zaburza harmonię krajobrazu, a uchwała krajobrazowa nie ustala kolorystyki banerów – ustawa nie daje takiej delegacji i niemożliwym jest wprowadzenie takich uregulowań. Reklamy na ogrodzeniach przysłaniają przestrzeń: zamiast podziwiać estetyczne ogrodzenia, fasady domów czy zieleń, patrzymy na pstrokate banery, które prowadzą do wizualnej degradacji stref frontowych ulic – granic przestrzeni publicznych.

Umożliwienie realizacji banerów na określonej powierzchni ogrodzenia nie jest sprawiedliwym rozwiązaniem dostosowanym do parcelacji miasta: wąskie nieruchomości nie będą mogły umieszczać banerów, a nieruchomości o szerszych frontach będą w tym rozwiązaniu uprzywilejowane. Proponowane limity (30% lub do 10m²) nie uwzględniają częstotliwości powtarzalności banerów i nie chronią przed liniową kumulacją reklam: nawet małe formaty banerów rozmieszczone w regularny sposób wzdłuż ulicy tworzą efekt „szpaleru reklamowego”. Dopuszczenie banerów na ogrodzeniach i określenie ich limitu może prowadzić do trudności w kontroli proporcji procentowych czy w pomiarze powierzchni elastycznych.

Treść uwagi w brzmieniu złożonym:

W celu pełnego dostosowania uchwały do charakteru stacji paliw, proponujemy, aby w projekcie zostały uregulowane następujące kwestie:

	<p>6. Dla nośników informacyjnych i kierunkowych w postaci oznaczeń kierunkowych i tabliczek usługowych obejmujących m.in. strzałki kierunkowe, oznaczenia wjazdu/wyjazdu, lokalizacji usług (myjnia, kompresor, odkurzacz, itp.) proponujemy zastosowanie dowolnej formy, bez określania gabarytów i ograniczeń co do ilości, z dopuszczeniem stosowania kolorystyki charakterystycznej dla marki, z uwagi na ich charakter.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 6. Elementy oznakowania takie jak: „strzałki kierunkowe, oznaczenia wjazdu/wyjazdu, lokalizacji usług (myjnia, kompresor, odkurzacz, itp.) oraz pozostałe” nie spełniają przesłanek uznania ich za reklamy, w myśl definicji ustawowej – nie podlegają więc regulacjom uchwały krajobrazowej – o ile nie będą zawierały np. logo.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>7. Dopuszczenie stosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami zgodnie z poniższym:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dopuszczenie stosowania wyklejenia szyb myjni, stosowanego ze względów funkcjonalnych, aby ograniczyć przejrzystość szkła oraz mającego na celu prezentację usługi i informację dla klientów, bez ograniczenia co do powierzchni i kolorystyki wyklejenia, • dopuszczenie stosowania nośników prezentujących instrukcję obsługi i cenniki usług, utrzymanych w kolorystyce charakterystycznej dla marki i potraktowanie ich jako nośników wyłącznie informacyjnych, umożliwiających sprawne korzystanie z usług.
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p> <p>Ad. 7. Wyklejenie szyb – uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie wyklejeń bez ograniczeń powierzchniowych i kolorystycznych prowadziłoby do obejścia zasad uchwały i utrwalenia nieładu wizualnego.</p> <p>Instrukcje obsługi i cenniki – uwaga jest bezprzedmiotowa. Nośniki o charakterze czysto informacyjnym, służące korzystaniu z usługi, nie stanowią reklamy w rozumieniu przepisów i nie podlegają regulacjom uchwały krajobrazowej.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>8. Dopuszczenie umieszczania informacji o możliwości korzystania z kart rabatowych i lojalnościowych programów partnerskich oferowanych w ramach świadczonych usług na drzwiach, w witrynach lub na urządzeniach automatycznych, przy zachowaniu kolorystyki charakterystycznej dla marki oraz z możliwością stosowania elementów logo lub nazwy własnej, o powierzchni łącznej nie przekraczającej powierzchni formatu A2.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: nie uwzględniono</p>

	<p>Ad 8. Uwaga jest bezprzedmiotowa. Informacje dotyczące możliwości korzystania z kart rabatowych lub programów lojalnościowych, o ile mają charakter informacyjny i są związane bezpośrednio z oferowaną usługą, nie stanowią reklamy w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i nie podlegają regulacjom uchwały krajobrazowej.</p>
	<p>Treść uwagi w brzmieniu złożonym:</p> <p>9. Wyłączenie spod regulacji uchwały:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wszystkich nośników znajdujących się pod wiatą tj. na elementach konstrukcyjnych wiaty oraz na elementach infrastruktury technicznej, w szczególności na urządzeniach automatycznych, przy zachowaniu zasady spójności wizualnej na terenie stacji, • nośników o charakterze ściśle informacyjnym tj. informacji o możliwości płatności kartą, informacji o godzinach otwarcia, tablic, urządzeń i instrukcji dot. zasad BHP, instrukcji korzystania z urządzeń (dystrybutorów, myjni, kompresora, itp.), z dopuszczeniem stosowania kolorystyki charakterystycznej dla marki, bez określania ich gabarytów.
	<p>Propozycja rozstrzygnięcia: uwzględniono w części</p> <p>9. Nośniki pod wiatą – uwaga jest bezprzedmiotowa. Uchwała dopuszcza lokalizowanie informacji i oznaczeń na urządzeniach automatycznych, niezależnie od tego, czy znajdują się one pod wiatą; w tym zakresie nie występuje konflikt z jej zapisami.</p> <p>Nośniki o charakterze informacyjnym – uwaga jest bezprzedmiotowa. Informacje o sposobach płatności, godzinach otwarcia, zasadach BHP oraz instrukcjach korzystania z urządzeń mają charakter funkcjonalny i nie stanowią reklamy w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, dlatego nie podlegają regulacjom uchwały krajobrazowej.</p>
18.	<p>Treść uwagi złożonej do protokołu na spotkaniach konsultacyjnych:</p> <p>1. więcej szyldów w witrynach – np. 4</p> <p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono w części (poza elementami krajobrazu kulturowego)</p> <p>1. Złożona uwaga jest wyważona i nie zaburza percepcji przestrzeni ani nie stanowi elementu pogarszającego wygląd przestrzeni publicznych Mińska Mazowieckiego.</p> <p>Treść uwagi złożonej do protokołu na spotkaniach konsultacyjnych:</p> <p>2. Ażurowe szyldy w witrynach do 50% a nieażurowe do 20% całej witryny.</p> <p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono w części</p> <p>2. Złożona uwaga jest wyważona i nie zaburza percepcji przestrzeni ani nie stanowi elementu pogarszającego wygląd przestrzeni publicznych Mińska Mazowieckiego. Uwzględniając uwagę w części wprowadzono własną wersję zapisu.</p>

	<p>Treść uwagi złożonej do protokołu na spotkaniach konsultacyjnych:</p> <p>3. szyldy zespolone z ogrodzeniem w bramie - dopuścić.</p>
	<p>Propozycja rozpatrzenia: uwzględniono w części (poza elementami krajobrazu kulturowego)</p> <p>3. Złożona uwaga jest wyważona i nie zaburza percepcji przestrzeni ani nie stanowi elementu pogarszającego wygląd przestrzeni publicznych Mińska Mazowieckiego.</p>

3. Protokoły z czynności przeprowadzonych w ramach konsultacji

3.1. Spotkanie dnia 04 listopada 2025 r.

Protokół ze spotkania otwartego, zorganizowanego w ramach konsultacji społecznych nad przyjętymi rozwiązaniami w projekcie uchwały w sprawie 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, zwanej dalej „projektem uchwały” lub „projektem uchwały krajobrazowej”.

Protokół sporządzono 13.11.2025 r., w Urzędzie Miasta Mińsk Mazowiecki, ul. Konstytucji 3 Maja 1, 05-300 Mińsk Mazowiecki przez Annę Wasińską – Kierownika Wydziału Gospodarki Przestrzennej i Nieruchomości Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki.

- 1) Głos zabrała P. Anna Wasińska poinformowała o nagrywaniu spotkania w celu późniejszego sporządzenia protokołu, przedstawiła temat spotkania. Wyjaśniła, że spotkanie jest organizowane w ramach konsultacji ustawowych, a następnie kolejno powitała gości i autora projektu uchwały P. Bartosza Poniatowskiego, przedstawicieli Urzędu Miasta, zastępcę burmistrza P. Roberta Smugę. Przedstawiła cel spotkania. Przypomniała o terminach składania uwag oraz o terminie spotkania indywidualnego z projektantem.
- 2) Kolejno zabrał głos P. Bartosz Poniatowski: przedstawił siebie i swoje osiągnięcia zawodowe poparte przykładami uchwalonych dokumentów w omawianym zakresie, kolejno wytłumaczył zagadnienia, kluczowe definicje, przykładowe typy reklam, zawarte w projekcie uchwały krajobrazowej. Omówił negatywne skutki nadmiaru nośników reklam w przestrzeni. Poinformował także, że zostały dokonane analizy krajobrazowe i jakie aspekty były badane w wyznaczonych jednostkach przestrzennych. Przedstawił przykłady z terenu m.in. degradację wartości estetycznych poprzez „zaśmiecanie” reklamami. W wyniku analiz zostały wskazane miejsca wrażliwe, które pokrywają się ze strukturą funkcjonalno-biznesową. Projektant poinformował, że zostało zebranych 1117 ankiet od mieszkańców, co na tle innych miast jest bardzo dobrym wynikiem. Wyraził także opinię w imieniu własnym i Urzędu Miasta, że udział mieszkańców w spotkaniach będzie bardziej intensywny. Przedstawił także profil osób najczęściej wypełniających ankietę on-line, tj. głównie osoby zamieszkałe na stałe w Mińsku Mazowieckim w wieku

20-40 lat, natomiast ankiety papierowe wypełniło niewiele osób. W wyniku dokonanego badania jednoznacznie można stwierdzić, że reklam jest za dużo co dzielą opinie mieszkańców (90% ankietowanych), natomiast ponad połowa ankietowanych wyraziła pogląd, że oczekuje radykalnych lub dużych zmian w tym zakresie. P. B. Poniatowski potwierdził, że wynik ankiet pokrył się z dokonanymi analizami przy tworzeniu dokumentu, że pomocne były stworzone wizualizacje „przed” i „po” dające pogląd na możliwe rozwiązania, tj. usunięcie nadmiaru reklam, uporządkowanie na elewacjach ujednoczenie szyldów. Zaznaczył, że również pytania zostały zadane przedstawicielom biznesu, niemniej jednak z bardzo małym odzewem. Wszystkie te działania doprowadziły do sporządzenia projektu uchwały, nad którym właśnie trwa dyskusja. Omówił także przykładowe elementy opisane w uchwale np. urządzeń reklamowych, które omówił na przykładzie rysunków zawartych w projekcie, jednocześnie przypominając, że w docelowej uchwale nie będzie takich grafik. Ponadto poinformował, że zostały sformułowane oddzielne zapisy dla budynków zabytkowych i tych niebędących zabytkami. Przytoczył zapisy dotyczące ażurowości ogrodzeń tj. im wyższe tym bardziej ażurowe. Powiedział także o minimalnym okresie dostosowania tj. 12 miesięcy dot. tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych na ogrodzeniach, co będzie dawało szybki efekt wizualny. Natomiast dla szyldów na budynkach i reklam wolnostojących został wyznaczony termin 36 miesięcy, ponieważ wymagają one większych nakładów finansowych i technicznych, jednocześnie budynek z szyldami, reklamami, w tym wolnostojącym, które były zrealizowane zgodnie z prawem przed wejściem w życie uchwały krajobrazowej, to takie nośniki pozostają bez zmian. Podał, że do 17.11.2025 r. można składać uwagi do projektu uchwały.

- 3) Kolejno zabrakł głos mieszkańiec wyrażający opinię, że mała frekwencja na spotkaniu wynika w jego ocenie z niedostatecznego poinformowania mieszkańców przez Urząd Miasta, zaznaczył, że sam dowiedział się z maila, który otrzymał od UM jako przedsiębiorca. Kolejno odniósł się do treści uchwały, określając, że sam zauważa nadmiar reklam w niektórych częściach miasta, ale uważa, że zapisy mogłyby być mniej restrykcyjne. Dodatkowo zwrócił uwagę na to, że dokument jest napisany w bardzo skomplikowany i obszerny sposób i aby go zrozumieć musiał posiłkować się Chatem GPT, który streścił zapisy.
- 4) Kolejno głos zabrała P. Anna Wasińska pracownik UM - która odniosła się do zarzutu o zbyt mały informowaniu mieszkańców o prowadzonych pracach. Powiedziała, że ze strony UM było wykonany szereg działań, alby powiadomić mieszkańców oraz przedsiębiorców, poprzez m.in. wielokrotne ogłoszenia i oficjalne obwieszczenia w Biuletynie Informacji Publicznej, ale także w sposób przystępny dla mieszkańców, poprzez rozesłane maile, również do szkół, przedszkoli, zarządców nieruchomości, do radnych, którzy również odbyli spotkanie z projektantem, wyraziła zdziwienie, że żaden radny nie pojawił się na spotkaniu. Dodatkowo wyjaśniła, że pracownicy Wydziału jak również gońcy roznosili broszury informacyjne w setkach egzemplarzy. Przypominała o spotkaniu indywidualnym z projektantem.
- 5) Mieszkaniec kolejno wyraził opinię, że pomimo starań Urzędu Miasta, mało osób wie o toczącej się procedurze.
- 6) Następnie P. Bartosz Poniatowski wyjaśnił, że oprócz ustawowych konsultacji Miasto dodatkowo prowadziło prokonsulacje jako własną inicjatywę, aby temat upowszechnić i wyjść z dokumentem do mieszkańców, tak aby wspólnie wypracować rozwiązania.

Kolejno zwrócił się do uczestników, aby we własnych kręgach rozprzestrzeniali tą wiedzę i zapraszali m.in. na spotkanie indywidualne.

- 7) Kolejno mieszkaniec zapytał o formaty tablic reklamowych oraz o banery umieszczone na własnym ogrodzeniu, wątpliwości na bieżąco wyjaśniał projektant. Jednocześnie mieszkaniec podkreślał, że zmiany będą wymagały nakładów finansowych oraz dodatkowych prac tj. np. zgłaszania do Starostwa. Jednocześnie potwierdził, że przesada nie jest wskazana i w niektórych miejscach miasta rzeczywiście widzi potrzebę tych zmian, a w innych postuluje o „luźniejsze” zapisy. zaproponował, żeby dokonać zapisu „do 30% pow. ogrodu może być zajęte reklamą”. Projektant powiedział, żeby została ta uwaga zgłoszona na piśmie, a zostanie ona rozważona i zostanie zaproponowany np. kompromis. Projektant zaznaczył również, że w przypadku dużej ilości uwag lub znaczących zmian w projekcie uchwały, będą musiały zostać dokonane ponowne uzgodnienia i konsultacje społeczne.
- 8) Kolejny mieszkaniec, wyraził pogląd, że w jego ocenie informacja była bardzo dobrze rozpropagowana przez Urząd, że sam natknął się na plakat przy PKP oraz na stronie UM. Dalej w opozycji do zdania wcześniej wypowiadającego się mieszkańca wyraził opinię, że koszt bałaganu w przestrzeni ponoszą wszyscy mieszkańcy, a przedsiębiorca tylko koszt reklamy i w jego ocenie takie np. sąsiedztwo obniża wartość nieruchomości w sposób realny poprzez nieatrakcyjne otoczenie. Poprosił także o wyjaśnienie kilku kwestii z projektu uchwały oraz o możliwość zapoznania z analizami dokonanyymi przez projektanta na indywidualnym spotkaniu. Jednocześnie pochwalił wysiłek włożony przez projektanta w uczytelnienie i ułatwienie czytania dokumentu. Nawiązał do pozytywnego przykładu ul. Piotrkowskiej w Łodzi. Jednocześnie wyraził opinię, że jest zwolennikiem, pomimo ewentualnych kosztów jakie będzie musiał ponieść jako przedsiębiorca. Zwrócił również uwagę na nieudane w jego ocenie działania na terenie miasta, które popsują estetykę przestrzeni (tablice informacyjne przy przystankach autobusowych).
- 9) Projektant zaznaczył, że ustawodawca określił zakres działania i tylko w takim może obowiązywać uchwała. Omówił poruszane przykłady urządzeń reklamowych, tablic i banerów, dodatkowo wyjaśnił możliwość ilości lokalizowanych szyldów reklamowych na budynkach.
- 10) Następnie uczestnik spotkania zapytał o możliwość lokalizowania szyldów na nieruchomościach, w których jest prowadzona działalność. W tym temacie wywiązała się dyskusja, w wyniku której projektant potwierdził, że to zagadnienie zostanie sprawdzone.
- 11) Kolejny uczestnik spotkania zwrócił uwagę, że jako przedsiębiorca prowadzący działalność budowlaną jest zainteresowany sposobem sprawdzania zgodności projektów budowlanych z uchwałą krajobrazową i kto będzie zatwierdzał tą zgodność, kto będzie interpretował te zapisy, czy UM wyda takie zaświadczenie, że projekt jest zgodny z uchwałą krajobrazową.
- 12) Projektant udzielił odpowiedzi, wyjaśniając, że Starostwo będzie weryfikowało tą zgodność do pozwolenia na budowę, a dodatkowo Konserwator Zabytków na obiektach zabytkowych. Wyjaśnił, że miasta umieszczają dodatkowy zapis w wypisach i wyrysach z planów miejscowych, mówiące o tym, że „dla tablic i urządzeń reklamowych, ogrodzeń i obiektów małej architektury nie obowiązują zapisy przyjęte planem miejscowym, tylko obowiązują zapisy przyjęte uchwałą krajobrazową nr ...”. Poinformował także, iż jeszcze nie miał możliwości przedstawić Burmistrzowi możliwości rozwiązań pod kątem realizacyjnym dlatego na ten moment skupiamy się nad zapisami treści merytorycznej.

- 13) Ponownie głos zabral mieszkaniec, który jako pierwszy się wypowiedział i po raz kolejny apelował o proste zapisy, nie dające pola do różnych interpretacji, na przykładzie lokalizacji reklam na ogrodzeniach.
- 14) Kolejno głos zabrała P. Anna Wasińska – zachęcając uczestników do składania uwag na piśmie i po raz kolejny przypominając o spotkaniu indywidualnym z projektantem.
- 15) P. Bartosz Poniatoski wyjaśnił również, że projekt uchwały nie dopuszcza zwolnień podmiotowych, że każdy jest traktowany jednakowo. Dodatkowo w związku z toczącą się rozmową nawiązał do banerów wyborczych, przytoczył zapisy z uchwały.
- 16) Głos zabral Zastępca Burmistrza – Robert Smuga, podsumował dyskusję, podziękował za spotkanie i zachęcił do udziału w konsultacjach i zachęcił uczestników do propagowania informacji w swoich środowiskach. Potwierdził zasadność podjętych działań w zakresie uporządkowania przestrzeni miejskiej. Podziękował za udział wszystkim obecnym i zakończył spotkanie.

Lista obecności stanowi załącznik do protokołu (w aktach Urzędu).

3.2. [Spotkanie 12 listopada 2025 r.](#)

PROTOKÓŁ

z dyżuru projektanta prowadzonego w ramach konsultacji społecznych projektu uchwały w sprawie 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 (projektu uchwały krajobrazowej) w dniu 12 listopada 2025 r. w godz. 17:00-19:00 w sali nr 6 Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki, ul. Konstytucji 3 Maja 1.

Na dyżur projektanta przyszło kilka osób. Poruszyły one następujące zagadnienia w kontekście projektu uchwały krajobrazowej:

- 1) jaki jest czas na dostosowanie się do zasad określonych w uchwale i z jakich przesłanek on wynika,
- 2) czy słupy reklamowe ogólnodostępne, tzw. okrągłaki, będą musiały być zlikwidowane,
- 3) dlaczego przewidziano aż 6 szyldów na jedną działalność, czy to nie spowoduje stagnacji względem ilości szyldów na nieruchomości w stosunku do tego co jest obecnie i tego co będzie po wejściu w życie uchwały,
- 4) dlaczego dopuszczono tak małą powierzchnię dla szyldów w witrynach, czy nie można tego zmodyfikować dając więcej powierzchni dla szyldów w formie ażurowej, albo ujednoczyć % powierzchni witryny zajmowanej przez szyld np. na 50%, a w ramach zajmowanego procenta, ustalić proporcję zajmowanego szyldu w formie ażurowej i innej niż forma ażurowa,
- 5) czy jest podana wysokości szyldów umieszczanych w pasie szyldowym,
- 6) czy przewidziana jest możliwość umieszczania tablicy reklamowej na „ślepej” ścianie budynku,
- 7) czy jest przewidziana możliwość wkomponowania szyldu w przęsło ogrodzenia,

- 8) co z umowami, które podpisali właściciele nieruchomości z najemcami powierzchni reklamowych przed wejściem w życie uchwały, które przewidują kary umowne za przedterminowe rozwiązanie takiej umowy,
- 9) czy przewidziano możliwość sytuowania ogłoszeń na budynkach w sprawie wynajęcia np. komórek lokatorskich w nieruchomości,
- 10) dlaczego nie dopuszczono możliwości sytuowania banerów reklamowych na ogrodzeniach,
- 11) czy na ogrodzeniu można założyć siatkę maskującą.

Pan B. Poniatowski autor projektu uchwały krajobrazowej odnosiło się do poruszonych kwestii:

- Ad.1) wyjaśnił, że obiekty małej architektury i ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, można zwolnić z obowiązku ich dostosowania od zasad w niej określonych i procedowany projekt korzysta z tej możliwości. Projekt uchwały zaś dla reklam przewiduje dwa terminy. Dla reklam sytuowanych na ogrodzeniach (np. banerów), przewidziano okres dostosowania wynoszący 12 miesięcy od wejścia w życie uchwały, dla pozostały reklam okres ten wynosi 36 miesięcy. Wszystkie jednak nowo realizowane obiekty małej architektury, ogrodzenia i reklamy, muszą spełniać wymogi ustalone w uchwale przyjętej przez Radę miasta Mińsk Mazowiecki. Ustalony okres 12 miesięcy wynika z przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, ale również dlatego, że w miarę szybko będzie odczuwalny pozytywny efekt uchwały w przestrzeni miasta. Okres trzech lat od wejścia w życie uchwały wynika z dostosowania możliwości finansowych osób umieszczających reklamy. Koszty przearanżowania reklam, czy ich wymiana na nowe zgodnie z zasadami określonymi w prawie miejscowym, będą mogły być rozplanowane w czasie. Podobne terminy przejściowe zastosowane zostały w innych uchwałach krajobrazowych jego autorstwa,
- Ad.2) tego rodzaju nośniki reklamy zostały uwzględnione w projekcie i oczywiście zostają. Zostały również uwzględnione inne tego typu nośniki, mianowicie gabloty reklamowe,
- Ad.3) projekt ogranicza ilość szyldów na nieruchomości. Ustala ich ilość ogólną, ale również narzuca maksymalne ilości w ramach tych sześciu, gdzie mogą być one sytuowane. I tak, na przykład można wybrać: dwa w pasie szyldowym (maksymalna ilość dopuszczona w projekcie), w tym jeden prostopadły do elewacji, a drugi równoległy, dwa na witrynie (maksymalna ilość dopuszczona w projekcie), jeden wolnostojący semafor słupkowy (maksymalna ilość dopuszczona w projekcie) i jeden na ogrodzeniu (dwa maksymalnie dopuszczone w projekcie),
- Ad.4) projekt faktycznie różnicuje % zajmowanej powierzchni witryny od zastosowanej formy szyldu. Podana propozycja przewiduje gabaryt szyldu maksymalnie 20% powierzchni witryn danego lokalu użytkowego, przy zastosowaniu formy ażurowej

lub gabaryt szyldu maksymalnie 10% powierzchni witryn danego lokalu użytkowego z zachowaniem widoczności stolarki okiennej, w przypadku zastosowania szyldu w innej formie niż ażurowa. Nadal w projekcie można rozważać różne warianty zajmowanego % przez szyld danej witryny,

- Ad.5) nie ma wymiarów wysokościowych podanych dla szyldów w pasie szyldowym. Ograniczone są one górną krawędzią witryn od dołu, a od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych. O wysokości zatem decyduje wygląd elewacji danego budynku. Obowiązuje jednak wspólna oś kompozycji z pozostałymi szyldami oraz ograniczenie gabarytu do 0,7 m² powierzchni,
- Ad.6) projekt nie przewiduje umieszczania tablic reklamowych, niebędących szyldami na elewacji bez otworów okiennych i drzwiowych. Reklamy które nie są szyldami na elewacji budynku mogą być umieszczane w formie muralu reklamowego. Jeżeli zaś tablica reklamowa została umieszczona na elewacji za zgodą organu architektoniczno-budowlanego, to nie będzie ona podlegała dostosowaniu nawet po wejściu w życie uchwały krajobrazowej. Jeżeli takiej zgody nie posiada, to jeszcze przed wejściem w życie uchwały krajobrazowej można przejść proces tzw. legalizacji i wtedy nie będzie obowiązywał termin dostosowania dla takiej tablicy reklamowej,
- Ad.7) na ten moment w projekcie dopuszczono szyldy na pełnych fragmentach ogrodzenia lub na słupach, zatem nie przewidziano możliwości sytuowania szyldu wkomponowanego w ogrodzenie,
- Ad.8) w takiej sytuacji mamy do czynienia ze zmianą przepisów obowiązujących i żadna ze stron takiej umowy nie może odpowiadać za to,
- Ad.9) projekt przewiduje lokalizowanie reklamy tymczasowej, np. ofert nieruchomości, przy czym określa jej gabaryty, standardy jakościowe i materiały budowlane. Jeżeli ta reklama nie spełnia powyższych regulacji, a będzie zrobiona zgodnie z prawem budowlanym, a więc w oparciu o zgłoszenie w organie architektoniczno-budowlanym, to nie będzie musiała być dostosowana do wymogów uchwały,
- Ad.10) projekt faktycznie nie dopuszcza sytuowania reklam na grodzieniach, takie były od początku rozmowy z Zamawiającym; prosba aby złożyć uwagę w tym zakresie,
- Ad.11) projekt nie reguluje tej kwestii.

Lista obecności stanowi załącznik do protokołu (w aktach Urzędu).

Burmistrz Miasta

/-/ Marcin Jakubowski

Potwierdzam zgodność kopii wydruku z dokumentem elektronicznym:

Identyfikator dokumentu	15165.137668.203090
Nazwa dokumentu	UK Mińsk Mazowiecki raport z konsultacji społecznych BIP do podpisu.pdf
Tytuł dokumentu	UK Mińsk Mazowiecki raport z konsultacji społecznych BIP do podpisu
Sygnatura dokumentu	PG.6722.2.2024
Data dokumentu	02.03.2026
Skrót dokumentu	7AC4A4446959C32959B942358BDDBB471CE30CC1
Wersja dokumentu	1.1
Data podpisu	02.03.2026 15:20:31
Podpisane przez	Marcin Jakubowski; Burmistrz Miasta Mińsk Mazowiecki Burmistrz Miasta
Rodzaj certyfikatu	Certyfikat kwalifikowany podpisu elektronicznego

EZD 3.132.31.31.

Data wydruku: 05.03.2026

Autor wydruku: Ładno Barbara w zastępstwie za Ołowska Sylwia (Starszy Inspektor)