

**ZARZĄDZENIE NR 7092/13
PREZYDENTA WROCŁAWIA
z dnia 21 marca 2013 r.**

**w sprawie określenia zasad udostępniania nieruchomości w celu
umieszczania szyldów, autoreklam, nośników reklamowych**

Na podstawie art. 30 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591, z późn. zm.¹⁾) zarządza się, co następuje:

§ 1

Zarządzenie reguluje zasady:

- 1) udostępniania miejsc do umieszczenia szyldów, autoreklam, nośników reklamowych, na nieruchomościach stanowiących własność Gminy i zarządzanych przez Gminę;
- 2) odpłatności za korzystanie z nieruchomości określonych w pkt 1.

§ 2

W rozumieniu niniejszego zarządzenia:

- 1) **szyld** – to graficzne oznaczenie podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub inną, o stałej treści zawierającej: nazwę (firmę) lub imię i nazwisko przedsiębiorcy oraz zwięzłe określenie przedmiotu prowadzonej działalności gospodarczej, umieszczone na budynku, w którym działalność jest wykonywana; przy czym, powierzchnia szyldu (mierzona w rzucie poziomym powierzchni ekspozycyjnej szyldu) nie może przekroczyć 0,5 m²;
- 2) **autoreklama** – to graficzne oznaczenie o stałej treści dotyczącej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub inną, jak również znak firmowy, znak towarowy i inne oznaczenia nie będące szyldem, umieszczone na obiekcie, w którym wykonywana jest działalność podmiotu;
- 3) **nośnik reklamowy** – to konstrukcja pozwalająca na wymianę treści reklamowych, stanowiąca własność inwestora, który wynajmuje powierzchnię ekspozycyjną innym podmiotom, w szczególności gospodarczym;
- 4) **centrum staromiejskie** – to obszar objęty miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego centralnej części obszaru Starego Miasta rejonu Rynku i Placu Solnego – część „A” (uchwałą nr X/202/03 Rady Miejskiej Wrocławia z dnia 12 czerwca 2003 r.) i część „B” (uchwałą nr XLVI/3011/06 Rady Miejskiej Wrocławia z dnia 12 stycznia 2006 r.);
- 5) **inwestor** – to osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, osoba prawna oraz jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, będąca właścicielem szyldu, autoreklamy lub nośnika reklamowego lub ubiegająca się o jego zamieszczenie;
- 6) **uzgodnienia** – oznaczają konsultacje z właściwymi wydziałami Urzędu Miejskiego i jednostkami organizacyjnymi Gminy uczestniczącymi w procedurze weryfikacji propozycji lokalizacji szyldu, autoreklamy lub nośnika reklamowego;

¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2002r. Nr 23, poz. 220, Nr 62, poz. 558, Nr 113, poz. 984, Nr 153, poz. 1271 i Nr 214, poz. 1806, z 2003r. Nr 80, poz. 717 i Nr 162, poz. 1568, z 2004r. Nr 102, poz. 1055, Nr 116, poz. 1203 i Nr 167, poz. 1759, z 2005r. Nr 172, poz. 1441 i Nr 175, poz. 1457, z 2006r. Nr 17, poz. 128 i Nr 181, poz. 1337, z 2007r. Nr 48, poz. 327, Nr 138, poz. 974, Nr 173 poz. 1218, z 2008r. Nr 180, poz. 1111 i Nr 223, poz. 1458 oraz z 2009 r. Nr 52, poz. 420 i Nr 157, poz. 1241, z 2010r. Nr 28, poz. 142, Nr 28, poz. 146, Nr 40, poz. 230, Nr 106, poz. 675, z 2011r. Nr 21, poz. 113, Nr 117, poz. 679, Nr 134, poz. 777, Nr 149 poz. 887 i Nr 217, poz. 1281, z 2012 r. poz. 567, z 2013r. poz. 153.

- 7) **zasób komunalny Gminy** – obejmuje zasób mieszkaniowy, lokale użytkowe, garaże, budowle komunalne i grunty będące w zarządzie Zarządu Zasobu Komunalnego lub podmiotów, posiadających uprawnienia do zarządzania wym. zasobem w imieniu i na rzecz Gminy;
- 8) **zarządca zasobu komunalnego Gminy** – oznacza: Zarząd Zasobu Komunalnego, Wrocławskie Mieszkania Sp. z o. o., zakłady budżetowe, jednostki budżetowe lub inne podmioty, posiadające uprawnienia do zarządzania zasobem w imieniu i na rzecz Gminy.

§ 3

1. Montaż szyldów, autoreklam, nośników reklamowych – może nastąpić zgodnie z warunkami określonymi przez przepisy powszechnie obowiązujące, w szczególności ustawy z dnia 7 lipca 1994r. Prawo budowlane (Dz. U. z 2010 r. Nr 243, poz. 1623, późn. zm.). Zasady umieszczania oraz wymogi w zakresie formy, określa **załącznik nr 1**, natomiast tryb rozpatrywania wniosków i ofert określa **załącznik nr 2** do niniejszego zarządzenia.
2. Inwestor zobowiązany jest posiadać tytuł, określający warunki udostępniania nieruchomości w celu umieszczenia:
 - 1) szyldu lub autoreklam – umowę cywilnoprawną, zawartą na czas nieokreślony lub określony do 3 lat; przy czym, w przypadku szyldu jest to nieodpłatna umowa użyczenia;
 - 2) nośników reklamowych – umowę cywilnoprawną (wraz z załącznikiem lokalizacyjnym) zawartą na czas nieokreślony lub określony do 3 lat.Wzory wniosków o zawarcie umów „reklamowych”, o których mowa w pkt 1 i 2, zawiera **załącznik nr 3** do niniejszego zarządzenia.

§ 4

W imieniu Gminy Wrocław umowy, o których mowa w § 3 ust. 2, zawierają:

- 1) Dyrektor Departamentu Infrastruktury i Gospodarki oraz Dyrektor Biura Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego - w przypadku nośników reklamowych, o których mowa w § 2 pkt 3 oraz szyldów i autoreklam o których mowa w § 2 pkt 1, 2, jeżeli mają być umieszczone na obiektach miejskich placówek oświatowych;
- 2) Dyrektor/Prezes właściwego zarządcy zasobu komunalnego Gminy – w przypadku szyldów i autoreklam, o których mowa w § 2 pkt 1, 2, jeżeli mają być umieszczone na zasobie komunalnym Gminy oraz w przypadku barwnych winylowych siatek - zabezpieczających rusztowania budowlane - umieszczonych w związku z remontami obiektów wchodzących w skład zasobu komunalnego Gminy;
- 3) Kierownicy jednostek organizacyjnych Gminy - w przypadku szyldów, autoreklam i nośników reklamowych, o których mowa w § 2 pkt 1, 2 i 3, jeżeli mają być umieszczone na zarządzanych przez nich nieruchomościach oraz w przypadku barwnych winylowych siatek - zabezpieczających rusztowania budowlane - umieszczonych w związku z remontami obiektów przez nich zarządzanych.

§ 5

Nie można zawrzeć umowy na dysponowanie nieruchomością, gdy:

- 1) zarządca (dysponent) nieruchomości, o którym mowa w załączniku nr 2 odmówił zgody na udostępnienie części nieruchomości;
- 2) szyld, autoreklama, nośnik reklamowy narusza zasady albo wymogi w zakresie formy, o których mowa w załączniku nr 1.

§ 6

1. Udostępnianie pod reklamy miejsc w pasie drogowym należy do Zarządu Dróg i Utrzymania Miasta we Wrocławiu i dokonywane jest zgodnie z art. 40 ust. 1 ustawy o drogach publicznych.
2. Dyrektor Zarządu Dróg i Utrzymania Miasta odpowiada za przygotowanie i aktualizację instrukcji postępowania z wnioskami o wydanie zezwolenia na zajęcie pasa drogowego w celu umieszczenia reklamy (albo jej dalszego pozostawienia).

§ 7

Zasady ustalania wysokości opłat za udostępnianie nieruchomości będących w zarządzie Gminy i jej jednostek organizacyjnych nie posiadających osobowości prawnej – w celu umieszczania autoreklam, nośników reklamowych określa **załącznik nr 4** do niniejszego zarządzenia.

§ 8

1. Dyrektor Biura Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego sprawuje nadzór nad przebiegiem procesu udostępniania nieruchomości Gminy Wrocław w celu instalacji szyldów, autoreklam, nośników reklamowych.
2. Z tytułu sprawowanego nadzoru Dyrektor Biura Rozwoju Gospodarczego przede wszystkim:
 - 1) kreuje politykę reklamową oraz podejmuje działania w celu zapewnienia jej realizacji;
 - 2) zapoznaje się z zamierzeniami podmiotów zarządzających nieruchomościami Gminy Wrocław, w zakresie realizacji zadań związanych z umieszczaniem szyldów, autoreklam, nośników reklamowych, w miarę potrzeby, koryguje je w celu zapewnienia zgodności z polityką reklamową;
 - 3) zwraca się do podmiotów, o których mowa w pkt 2, o przesyłanie okresowych informacji i sprawozdań z realizacji zadań związanych z umieszczeniem szyldów, autoreklam, nośników reklamowych.

§ 9

1. Biuro Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego prowadzi Centralny Rejestr Lokalizacji nośników reklamowych ujętych w realizowanych umowach.
2. Zarządcy zasobu komunalnego Gminy prowadzą Rejestry Lokalizacji szyldów i autoreklam, umieszczonych na zasobie komunalnym Gminy na podstawie realizowanych umów.
3. Jednostki organizacyjne Gminy prowadzą Rejestr Lokalizacji szyldów, autoreklam i nośników reklamowych umieszczonych na zarządzanych przez nich nieruchomościach na podstawie realizowanych umów.

§ 10

1. Lokalizacje i formy zamontowanych szyldów, autoreklam - powinny być weryfikowane przez podmiot, realizujący umowę cywilnoprawną w imieniu Gminy. Szyldy i autoreklamy, które nie przejmą pozytywnie weryfikacji winny zostać zdemonstrowane.
2. Lokalizacje i formy nośników reklamowych – powinny być weryfikowane przez podmiot, realizujący umowę cywilnoprawną w imieniu Gminy przed upływem terminu

obowiązywania umowy zawartej na czas oznaczony. Nośniki, które nie przejdą pozytywnie weryfikacji winny zostać zdemontowane.

§ 11

1. Inwestor, w przypadku nośników reklamowych, składa Dyrektorowi Biura Rozwoju Gospodarczego wniosek o zawarcie umowy w celu udostępnienia:
 - 1) gruntów – we władaniu Wydziału Nieruchomości Komunalnych;
 - 2) zasobu komunalnego Gminy - w zarządzie zarządców zasobu komunalnego Gminy;
 - 3) gruntów zagospodarowanych zielenią – w zarządzie Zarządu Zieleni Miejskiej.
2. Inwestor w przypadku szyldów i autoreklam, składa Dyrektorowi/Prezesowi właściwego zarządcy zasobu komunalnego Gminy wniosek o zawarcie umowy w celu udostępnienia zasobu komunalnego Gminy.
3. Inwestor, w przypadku szyldów, autoreklam i nośników reklamowych, składa Kierownikom jednostek organizacyjnych Gminy, nie wymienionych w ust. 1, wniosek o zawarcie umowy w celu udostępnienia zarządzanych przez nich nieruchomości.
4. Inwestor w przypadku szyldów i autoreklam umieszczanych na obiektach miejskich placówek oświatowych, składa Dyrektorowi Biura Rozwoju Gospodarczego wniosek o zawarcie umowy w celu udostępnienia obiektów miejskich placówek oświatowych.

§ 12

1. Wydziały Urzędu i jednostki organizacyjne Gminy, do których zwróciły się osoby wymienione w § 11, w sprawie uzgodnienia wniosku dotyczącego lokalizacji i formy szyldu, autoreklam lub nośnika reklamowego, są zobowiązane do zajęcia stanowiska w sprawie w terminie jednego miesiąca. Nie zajęcie stanowiska w tym terminie oznaczać będzie brak zastrzeżeń do lokalizacji.
2. Postanowienia ust. 1, dotyczące skutków nie zajęcia stanowiska, nie mają zastosowania jeżeli podmiotem opiniującym jest zarządca podlegającej opinii nieruchomości.

§ 13

Wykonanie zarządzenia powierza się Dyrektorowi Biura Rozwoju Gospodarczego oraz Kierownikom jednostek organizacyjnych Gminy.

§ 14

Traci moc zarządzenie nr 3167/11 Prezydenta Wrocławia z dnia 30 listopada 2011 r. w sprawie określenia zasad udostępniania nieruchomości w celu umieszczania szyldów, autoreklam, nośników reklamowych.

§ 15

Zarządzenie podlega opublikowaniu w Biuletynie Urzędowym Rady Miejskiej Wrocławia oraz na tablicy ogłoszeń Urzędu Miejskiego Wrocławia.

§ 16

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

P R E Z Y D E N T
WROCŁAWIA
Rafał Dutkiewicz

Zasady umieszczania szyldów, autoreklam, nośników reklamowych oraz wymogi w zakresie formy (tj. wymiarów, kształtu, stylistyki, koloru, materiału, konstrukcji)

1. Podmiot prowadzący działalność gospodarczą ma prawo do umieszczenia jednego szyldu na elewacji budynku, w którym wykonywana jest działalność - po uzgodnieniu lokalizacji, formy oraz sposobu zamontowania szyldu.
2. Podmiot prowadzący działalność gospodarczą może ubiegać się o zgodę na umieszczenie jednej autoreklamy na elewacji budynku, w którym wykonywana jest jego działalność.
3. Podmiot prowadzący działalność gospodarczą w lokalu użytkowym, który nie posiada witryn lub okien od strony ulicy - może wystąpić o zgodę na wystawianie, wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu, przenośnej autoreklamy wolnostojącej w formie stojaka, sztalugi, itp.; przy czym pojedyncza powierzchnia ekspozycyjna stojaka nie może przekroczyć 1,0 m².
4. Forma szyldów, autoreklam, nośników reklamowych - powinna być dostosowana do charakteru otoczenia, w szczególności budynku, na którym mają zostać umieszczone.
5. Szyldy i autoreklamy, stanowiące oznaczenie prowadzonej działalności w miejscu jej wykonywania - mogą być zamontowane w szczególności w kondygnacji parteru. Odstępstwo od tej zasady jest możliwe wtedy, gdy lokale użytkowe zlokalizowane są również powyżej parteru, a zamontowanie szyldu lub autoreklamy w kondygnacji parteru nie jest możliwe.
6. Szyldy, autoreklamy, nośniki reklamowe - nie mogą przesłaniać, np. gzymsów, ozdobnego zróżnicowania faktury tynków, okładzin kamiennych, klinkierowych i innych elementów historycznego wystroju budynków.
7. Szyldy, autoreklamy, nośniki reklamowe - powinny być umieszczone z zachowaniem ładu kompozycyjnego, w szczególności z uwzględnieniem osi pionowych i poziomych podziałów (wyznaczonych np. otworami okiennymi czy drzwiowymi), jak również właściwego układu, formy już istniejących reklam.
8. Wymagane jest systemowe projektowanie szyldów, autoreklam, np. stosowanie dla różnych firm, znajdujących się pod tym samym adresem - jednej formy dla szyldów, autoreklam umieszczanych na elewacji danego obiektu, tej samej długości wysięgnika, itp.
9. Montaż szyldu, autoreklamy, nośnika reklamowego - powinien być wykonany z należytą starannością (np. uzupełnienie ubytków w tynku, kolorze elewacji).
10. Dopuszcza się umieszczanie na dachach znaków firmowych, logo, nazw firm - jako form przestrzennych, pod warunkiem dostosowania ich formy i wielkości do charakteru budynku.
11. Wyklucza się pokrywanie okien i witryn nośnikami typu winyl naścienny, w sposób eliminujący otwór okienny z kompozycji budynku oraz likwidujący ich zasadniczą funkcję oświetlenia dziennego.
12. Zakazuje się umieszczania nośników reklamowych na ogrodzeniach posesji.
13. Dopuszcza się umieszczanie reklamy wielkoformatowej na siatkach ochronnych rusztowań, stawianych wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych przy obiektach, pod warunkiem braku wyraźnych zakazów w zapisach miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, przy spełnieniu następujących wymagań:
 - a) reklama wielkoformatowa może być umieszczona jedynie na części siatki, maksymalnie 50% powierzchni, zaś reszta powierzchni siatki powinna

- przedstawiać odwzorowanie elewacji remontowanego obiektu zabytkowego lub inną grafikę artystyczną w przypadku innych obiektów,
- b) umieszczenie reklamy wielkoformatowej na wyżej określonych warunkach wymaga pozytywnej opinii Architekta Miasta lub osoby upoważnionej.
14. Ze względu na możliwość sytuowania wolnostojących i naściennych nośników reklamowych, wprowadza się następujący podział Miasta Wrocławia na strefy:
- a) strefa I – obejmuje obszar ograniczony ulicami: Drobnera, Sienkiewicza, Wyszyńskiego, pl. Społecznym, Słowackiego, Walońską, Pułaskiego, Suchą, Borowską, Bogusławskiego, Kolejową, Lelewela, Podwale, Jagiełły, Dubois,
 - b) strefa II – obejmuje obszar ograniczony ulicami: Kamieńskiego, Gašiorowskiego, Chrzanowskiego, Czajkowskiego, Krzywoustego, Al. Brücknera, Mostami Jagiellońskimi, kanałem Żeglownym Odry do kładki Zwierzynieckiej, Okólną, Na Niskich Łąkach, Krakowską, Armii Krajowej, Al. Wiśniową, Al. Hallera, Klecińską, estakadą Gądowianką, Na Ostatnim Groszu, Milenijną, mostem Milenijnym, Osobowicką i Bałtycką,
 - c) strefa III – obejmuje obszar od strefy II do granic administracyjnych Miasta.
15. Na terenie strefy I dopuszcza się uzgadnianie lokalizacji nośników o pow. do 3 m² i wys. do 2 m, słupów reklamowych okrągłych o wys. do 4,7 m i średnicy do 1,0m oraz nośników wolnostojących o pow. do 9 m² wyłącznie o wysokim standardzie estetycznym i technicznym (nośnik podświetlony od wewnątrz, plakat drukowany na siatce winylowej), pod warunkiem braku wyraźnych zakazów w zapisach miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego oraz uzyskania pozytywnej opinii Architekta Miasta lub osoby upoważnionej.
16. Na terenie strefy II dopuszcza się uzgadnianie lokalizacji nośników wymienionych w punkcie 15 oraz innych typów nośników o pow. do 9 m², pod warunkiem braku wyraźnych zakazów w zapisach miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego oraz uzyskania pozytywnej opinii Architekta Miasta lub osoby upoważnionej.
17. Na terenie strefy III dopuszcza się uzgadnianie lokalizacji nośników wymienionych w punkcie 15 i 16 oraz nośników o pow. powyżej 9 m², pod warunkiem braku wyraźnych zakazów w zapisach miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego oraz uzyskania pozytywnej opinii Architekta Miasta lub osoby upoważnionej.
18. Nośniki naścienne mogą być umieszczane wyłącznie na ścianach szczytowych budynków z zachowaniem ładu kompozycyjnego ściany.
19. Należy unikać zagęszczenia lokalizacji nośników; ustala się minimalne odległości pomiędzy wolnostojącymi nośnikami reklamowymi:
- a) co najmniej 70 m pomiędzy nośnikami o pow. 9 m² i powyżej,
 - b) co najmniej 30 m pomiędzy nośnikami o pow. poniżej 9 m² i słupami ogłoszeniowymi,
 - c) powyższe odległości mogą ulec zmniejszeniu w przypadku umieszczania nośników w ramach systemowego zagospodarowania terenu,
 - d) ekrany nośników reklamowych należy sytuować prostopadle do osi drogi, bądź w przypadku dostawiania kolejnych nośników w już istniejącym ciągu, należy umieszczać je analogicznie do dotychczasowego pozycjonowania ekranów nośników względem drogi.
20. W przypadku realizacji nośnika reklamowego w sąsiedztwie mebli miejskich – kolor nośnika powinien być dostosowany do koloru mebli.

**TRYB ROZPATRYWANIA WNIOSKÓW W SPRAWIE UMIESZCZENIA SZYLDU,
AUTOREKLAMY, NOŚNIKA REKLAMOWEGO**

TYTUŁ I – Wykaz wydziałów urzędu miejskiego i jednostek organizacyjnych Gminy uczestniczących w uzgadnianiu lokalizacji oraz formy szyldów, autoreklam i nośników reklamowych.

1. Podmioty przyjmujące wnioski:
 - 1) Biuro Rozwoju Gospodarczego - w sprawie lokalizacji nośników reklamowych, w przypadkach o których mowa w § 11 ust. 1 zarządzenia oraz szyldów i autoreklam w przypadkach o których mowa w § 11 ust. 4;
 - 2) Zarządca zasobu komunalnego Gminy - w sprawie lokalizacji szyldów i autoreklam, w przypadkach o których mowa w § 11 ust. 2 zarządzenia;
 - 3) Pozostałe jednostki organizacyjne Gminy - w sprawie lokalizacji szyldów, autoreklam i nośników reklamowych, w przypadkach o których mowa w § 11 ust. 3 zarządzenia.

2. Zarządcy (dysponenci) nieruchomości Gminy wyrażający zgodę albo odmowę na udostępnienie części nieruchomości w celu umieszczenia szyldów, autoreklam, nośników reklamowych (po uwzględnieniu planów i zadań własnych wobec danej nieruchomości):
 - 1) Wydział Nieruchomości Komunalnych;
 - 2) Zarządca zasobu komunalnego Gminy;
 - 3) Zarząd Zieleni Miejskiej;
 - 4) Wydział Edukacji;
 - 5) pozostałe jednostki organizacyjne Gminy.Odmowa udostępnienia części nieruchomości w celu umieszczenia szyldu, autoreklam, nośnika reklamowego wymaga podania powodów na piśmie.

3. Pozostałe podmioty uczestniczące w uzgadnianiu wniosków w sprawie lokalizacji szyldów, autoreklam, nośników reklamowych:
 - 1) Wydział Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości;
 - 2) Wydział Architektury i Budownictwa;
 - 3) Wydział Inżynierii Miejskiej;
 - 4) Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków;
 - 5) Zarząd Inwestycji Miejskich;
 - 6) Zarząd Dróg i Utrzymania Miasta.

4. Schemat procedury uzgadniania wniosków w sprawie lokalizacji szyldów, autoreklam, nośników reklamowych przedstawia poniższa tabela:

Tabela: schemat procedury uzgadniania wniosków lokalizacyjnych

Rodzaj nośników	Podmiot przyjmujący wniosek; sporządzający i realizujący umowę	Rodzaj nieruchomości (władający, dysponent)	Uzgodnienia obligatoryjne	Uzgodnienia dodatkowe, których konieczność stwierdzona zostanie w wyniku uzgodnień obligatoryjnych
a	b	c	d	e
Szyldy i Autoreklamy naścienne, Autoreklamy wolnostojące (przestawne), Siatki winylowe na rusztowaniach budowlanych,	Zarządca zasobu komunalnego Gminy,	Zasób komunalny Gminy Wrocław obejmujący zasób mieszkaniowy, lokale użytkowe, garaże, urządzenia komunalne i nieruchomości gruntowe z ich częściami składowymi, będące w zarządzie zarządców zasobu komunalnego Gminy,	Wydział Architektury i Budownictwa,	Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków (w przypadku obiektów zabytkowych),
Sieć nośników reklamowych naściennych i wolnostojących, oraz szyldy i autoreklamy na obiektach miejskich placówek oświatowych	Biuro Rozwoju Gospodarczego,	1) nieruchomości gruntowe (Wydział Nieruchomości Komunalnych), 2) zasób komunalny Gminy Wrocław – jw. (zarządcy zasobu komunalnego Gminy), 3) tereny zielone (Zarząd Zieleni Miejskiej), 4) obiekty placówek oświatowych (Wydział Edukacji),	Biuro Rozwoju Gospodarczego dokonuje uzgodnień odpowiednio z: Ad 1) Wydziałem Nieruchomości Komunalnych, Wydziałem Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości, Wydziałem Architektury i Budownictwa, Ad 2) Zarządcami zasobu komunalnego Gminy, Wydziałem Architektury i Budownictwa, Ad.3) Zarządem Zieleni Miejskiej, Wydziałem Architektury i Budownictwa, Wydziałem Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości, Ad. 4) Wydziałem Edukacji, Wydziałem Architektury i Budownictwa,	Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków (w przypadku obiektów zabytkowych), Zarząd Dróg i Utrzymania Miasta, Zarząd Inwestycji Miejskich, Wydział Inżynierii Miejskiej,
Szyldy, Autoreklamy naścienne i wolnostojące, Siatki winylowe na rusztowaniach budowlanych, nośniki reklamowe,	Pozostałe jednostki organizacyjne Gminy,	Nieruchomości (budynki i grunty) będące w zarządzie innych niż w/w jednostek organizacyjnych Gminy,	Wydział Architektury i Budownictwa,	Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków (w przypadku obiektów zabytkowych),

TYTUŁ II – Tryb rozpatrywania wniosków w sprawie lokalizacji i formy szyldów, autoreklam, nośników reklamowych.

1. Szyld lub autoreklama.

- 1) Inwestor występuje do właściwego podmiotu (tj. Zarządcy zasobu komunalnego Gminy, innej właściwej jednostki organizacyjnej Gminy albo Biura Rozwoju Gospodarczego) z wnioskiem o wydanie tytułu do dysponowania nieruchomością dla proponowanej lokalizacji; wraz z wnioskiem Inwestor składa:
 - a) dokumenty stwierdzające tożsamość firmy, np. kserokopia zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, kserokopia odpisu z rejestru przedsiębiorców KRS,
 - b) zdjęcie (wizualizację komputerową) elewacji nieruchomości z zaznaczeniem lokalizacji,
 - c) dokumentację projektową szyldu, autoreklamy,
 - d) mapy w skali 1:500, 1:1000 z zaznaczeniem lokalizacji,
 - e) zobowiązanie do: zachowania formy i treści szyldu, autoreklamy, zapewnienia właściwego stanu estetycznego i technicznego;
- 2) Właściwy podmiot o którym mowa w punkcie 1 dokonuje niezbędnych uzgodnień w zakresie proponowanej lokalizacji i formy szyldu, autoreklamy, w szczególności uzyskuje opinię Architekta Miasta lub osoby upoważnionej, a w przypadku obiektów wpisanych do rejestru zabytków – opinię Konserwatora Zabytków; wnioski niekompletne nie podlegają konsultacjom;
- 3) opinie, o których mowa w pkt 2, wydawane są w terminie jednego miesiąca;
- 4) Właściwy podmiot informuje Inwestora o zajętych stanowiskach, tj.:
 - a) w przypadku wniosków rozpatrzonych negatywnie – podaje powody odmowy,
 - b) w przypadku wniosków rozpatrzonych pozytywnie – wyznacza termin zawarcia umowy cywilnoprawnej;
- 5) Inwestor, po uzyskaniu tytułu do dysponowania nieruchomością, zgodnie z ustawą z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane zobowiązany jest:
 - a) dokonać zgłoszenia wykonania zamierzonych prac montażowych w Wydziale Architektury i Budownictwa (Inwestor może przystąpić do montażu wtedy, gdy Wydział Architektury i Budownictwa nie wniesie sprzeciwu w terminie 30 dni, licząc od dnia zgłoszenia), albo
 - b) uzyskać w Wydziale Architektury i Budownictwa pozwolenie na budowę.

2. Barwna siatka winylowa zabezpieczająca rusztowania budowlane.

- 1) Inwestor występuje do Zarządcy zasobu komunalnego Gminy albo innej właściwej jednostki organizacyjnej Gminy z wnioskiem zawierającym w szczególności propozycję lokalizacji winylowej siatki ochronnej oraz dane ewidencyjne nieruchomości; wraz z wnioskiem Inwestor składa:
 - a) dokumenty stwierdzające tożsamość firmy, np. kserokopia zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, kserokopia odpisu z rejestru przedsiębiorców KRS oraz zaświadczenia z ZUS, US o niezaleganiu z opłatami,
 - b) szkic sytuacyjny z domiarami (lub zdjęcie rusztowania) wskazujący planowaną lokalizację siatki,
 - c) ilustrację (rysunek lub zdjęcie) siatki z nadrukiem reklamowym wraz z wymiarami,
 - d) tytuł prawny do dysponowania terenem w celu umieszczenia rusztowania budowlanego oraz na cele reklamowe lub potwierdzone wnioski o wydanie takich tytułów,
 - e) zobowiązanie do:
 - zachowania formy i treści nadruku reklamowego zgodnego z ilustracją przedłożoną wraz z wnioskiem o wydanie zgody na umieszczenie siatki,
 - zapewnienie właściwego stanu estetycznego siatki;

- 2) Zarządca zasobu komunalnego Gminy albo inna właściwa jednostka organizacyjna Gminy dokonuje niezbędnych uzgodnień w zakresie proponowanej formy barwnej siatki winylowej, w szczególności uzyskuje opinię Architekta Miasta lub osoby upoważnionej, a w przypadku obiektów wpisanych do rejestru zabytków opinię Konserwatora Zabytków; wnioski niekompletne nie podlegają konsultacjom;
- 3) opinie, o których mowa w pkt 2, wydawane są w terminie jednego miesiąca;
- 4) Zarządca zasobu komunalnego Gminy albo inna właściwa jednostka organizacyjna Gminy informuje Inwestora o zajętych stanowiskach, tj.:
 - a) w przypadku wniosków rozpatrzonych negatywnie – podaje powody odmowy,
 - b) w przypadku wniosków rozpatrzonych pozytywnie – wyznacza termin zawarcia umowy cywilnoprawnej dot. barwnej siatki zabezpieczającej rusztowanie budowlane na czas wykonywania prac remontowych; przy czym, umowa może być zawarta wtedy, gdy Zarządca zasobu komunalnego Gminy albo inna właściwa jednostka organizacyjna Gminy – posiada dokument potwierdzający dopełnienie formalności związanych z planowanym remontem budynku – w Wydziale Architektury i Budownictwa, a w przypadku obiektów wpisanych do rejestru zabytków – z Konserwatorem Zabytków;
- 5) Inwestor po uzyskaniu tytułu do dysponowania nieruchomością na cele reklamowe, zobowiązany jest do dopełnienia formalności wynikających z przepisów ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane, w szczególności zezwolenie Konserwatora Zabytków na umieszczenie reklamy – w przypadku obiektów wpisanych do rejestru zabytków.

3. Nośnik reklamowy.

- 1) Inwestor, po poinformowaniu go o przyjęciu przez Miasto oferty zgodnie z trybem określonym w tytule III, występuje do Biura Rozwoju Gospodarczego z wnioskiem o wydanie tytułu do dysponowania nieruchomością dla proponowanych lokalizacji; wraz z wnioskiem Inwestor składa:
 - a) zdjęcie (wizualizację komputerową) nieruchomości z zaznaczeniem lokalizacji,
 - b) dokumentację projektową nośnika reklamowego,
 - c) mapy w skali 1:500, 1:1000 z zaznaczeniem lokalizacji, dane ewidencyjne nieruchomości,
 - d) zobowiązanie do zapewnienia właściwego stanu estetycznego i technicznego,
 - e) inne, np. ekspertyzę rzeczoznawcy w sprawie stanu technicznego ściany;
- 2) Biuro Rozwoju Gospodarczego dokonuje niezbędnych uzgodnień w zakresie proponowanej lokalizacji i formy nośnika reklamowego, w szczególności z zarządcą nieruchomości; wnioski niekompletne nie podlegają konsultacjom;
- 3) Zarządca nieruchomości albo inny właściwy podmiot uczestniczący w konsultacjach wydaje opinię, o której mowa w pkt 2, w terminie jednego miesiąca;
- 4) Biuro Rozwoju Gospodarczego informuje Inwestora o zajętych stanowiskach, tj.:
 - a) w przypadku wniosków rozpatrzonych negatywnie – podaje powody odmowy,
 - b) w przypadku wniosków rozpatrzonych pozytywnie – wyznacza termin zawarcia umowy (albo dopisania do umowy kolejnej lokalizacji);
- 5) Po uzyskaniu tytułu do dysponowania nieruchomością, Inwestor, zgodnie z ustawą z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane, zobowiązany jest:
 - a) dokonać zgłoszenia wykonania zamierzonych prac montażowych w Wydziale Architektury i Budownictwa (Inwestor może przystąpić do montażu wtedy, gdy Wydział Architektury i Budownictwa nie wniesie sprzeciwu w terminie 30 dni, licząc od dnia zgłoszenia), albo
 - b) uzyskać w Wydziale Architektury i Budownictwa pozwolenie na budowę.

TYTUŁ III – Tryb rozpatrywania ofert dot. nośników reklamowych.

1. Inwestor, który ubiega się o zawarcie umowy cywilno-prawnej składa w sekretariacie Biura Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego ofertę zawierającą:
 - 1) nazwę i adres oferenta;
 - 2) dokumenty firmy określające jej status prawny oraz zaświadczenia z ZUS, US o niezaleganiu z opłatami;
 - 3) ogólną informację o prowadzonej dotychczas działalności;
 - 4) dokumentację projektową i fotograficzną dot. proponowanego nośnika reklamowego;
 - 5) informację na temat proponowanych lokalizacji nośników.
2. Biuro Rozwoju Gospodarczego dokonuje wstępnej weryfikacji oferty Inwestora; Biuro Rozwoju Gospodarczego konsultuje ofertę z Architektem Miasta bądź osobą upoważnioną m.in. w zakresie formy (tj. wymiarów, kształtu, stylistyki, koloru, materiału, konstrukcji) proponowanych nośników.
3. Biuro Rozwoju Gospodarczego wnosi sprawę wniosku Inwestora na Kolegium Prezydenta, które decyduje o przyjęciu oferty lub jej odrzuceniu.
4. W celu zawarcia z Gminą Wrocław umowy (bądź umieszczenia kolejnych nośników reklamowych), Inwestor zobowiązany jest uzgodnić lokalizacje, tj. uzyskać wymagane prawem zgody i zezwolenia właściwych organów, zgodnie z zasadami i wymogami, określonymi w załączniku nr 1 oraz trybem, określonym w tytule I - II niniejszego załącznika.

WZORY WNIOSKÓW O ZAWARCIE UMÓW „REKLAMOWYCH”

A. Wzór wniosku o zawarcie umowy dot. autoreklamy, szyldu*.

1. DANE DOTYCZĄCE WNIOSKODAWCY

Imię i nazwisko

Adres zamieszkania

Adres siedziby

Adres do korespondencji

Telefon

Fax

e-mail

Telefon komórkowy

2. DANE DOTYCZĄCE SZYLDU, AUTOREKLAMY*

Rodzaj wnioskowanego szyldu, autoreklamy*

(wymiary, dane techniczne, sposób montażu, zajmowana powierzchnia w m²)

3. WNIOSKODAWCA

data, pieczęć, podpis wnioskodawcy

Załączniki do wniosku:

1. Dokumenty stwierdzające tożsamość Inwestora (tj. kserokopia wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, kserokopia odpisu z rejestru przedsiębiorców KRS).
2. Dokumentacja projektowa i fotograficzna dotycząca proponowanego szyldu lub autoreklamy, mapa ewidencji gruntów w skali 1:1000 z zaznaczoną lokalizacją, mapa zasadnicza w skali 1:500 z zaznaczoną lokalizacją, wykaz właścicieli i władających, zdjęcie elewacji obiektu budowlanego z zaznaczeniem lokalizacji (wizualizacja komputerowa).
3. Inne wymagane, np. ekspertyza rzeczoznawcy w sprawie stanu technicznego ściany.

*niepotrzebne skreślić

B. Wzór wniosku (oferty) o podpisanie umowy dot. sieci nośników reklamowych.

1. DANE DOTYCZĄCE WNIOSKODAWCY

Nazwa firmy

Adres siedziby

Adres do korespondencji

Telefon

Fax

e-mail

Telefon komórkowy

Opis dotychczasowej działalności w zakresie reklamy zewnętrznej

2. DANE DOTYCZĄCE SIECI NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH

Rodzaj i liczba wnioskowanych nośników reklamowych
(wymiary, dane techniczne, sposób montażu, zajmowana powierzchnia w m²,
liczba nośników)

3. WNIOSKODAWCA

data, pieczęć, podpis/y osoby upoważnionej do reprezentowania firmy

--

Załączniki do wniosku (oferty):

1. Dokumenty stwierdzające tożsamość Inwestora (tj. kserokopia wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, kserokopia odpisu z rejestru przedsiębiorców KRS, Zaświadczenie o niezaleganiu z płatnościami wobec Gminy Wrocław, ZUS, US).
2. Dokumentacja projektowa i fotograficzna proponowanych nośników reklamowych; proponowane lokalizacje.

C. Wzór wniosku o wydanie załącznika lokalizacyjnego do umowy dot. nośników reklamowych.

1. DANE DOTYCZĄCE WNIOSKODAWCY

Imię i nazwisko lub nazwa firmy/ pieczęć

Adres siedziby

Telefon

Fax

e-mail

Telefon komórkowy

2. DANE DOTYCZĄCE PEŁNOMOCNIKA *

Imię i nazwisko lub nazwa firmy/ pieczęć

Adres siedziby

Telefon

Fax

e-mail

Telefon komórkowy

3. WNIOSKUJĘ O UZGODNIENIE NASTĘPUJĄCEJ LOKALIZACJI NOŚNIKA

- Rodzaj proponowanego nośnika (typ, wymiary, sposób montażu, zajmowana powierzchnia w m², powierzchnia ekranu)

- Wnioskowana lokalizacja (ulica/ plac, dane geodezyjne działki)

Właściciel

Władający

4. WNIOSKODAWCA

(data, pieczęć, podpis/y osoby upoważnionej do reprezentowania firmy)

Załączniki do wniosku:

Ilość

- Wykaz właścicieli i władających
- Mapa ewidencji gruntów w skali 1:1000 z zaznaczoną lokalizacją
- Mapa zasadnicza w skali 1:500 z zaznaczoną lokalizacją
- Wizualizacja lokalizacji nośnika reklamowego
- Inne wymagane, np. projekt nośnika, ekspertyza rzeczoznawcy w sprawie stanu technicznego ściany

*wypełnić wtedy, gdy dotyczy

ZASADY USTALANIA WYSOKOŚCI OPŁAT ZA AUTOREKLAMY I NOŚNIKI REKLAMOWE UMIESZCZONE NA NIERUCHOMOŚCIACH STANOWIĄCYCH WŁASNOŚĆ GMINY WROCŁAW

1. Wysokość miesięcznych opłat za **autoreklamy** różnicuje się w zależności od formy, powierzchni oraz atrakcyjności lokalizacji. Wysokość opłat ustalana jest w drodze negocjacji. W zależności od formy autoreklamy minimalna miesięczna opłata za każdy m² powierzchni reklamowej wynosi:

L.p.	FORMA AUTOREKLAMY	STAWKA NETTO (zł / m ²)***
1.	Markiza *	57,43 zł
2.	Plansza o powierzchni do 3 m ²	40,20 zł
3.	Plansza o powierzchni powyżej 3 m ²	57,43 zł
4.	Podświetlana o powierzchni do 3 m ² (np. kaseton, neon, gabłota,) **	22,97 zł
5.	Podświetlana o powierzchni powyżej 3 m ² (np. kaseton, neon, gabłota,) **	28,71 zł
6.	Stylizowana albo nowoczesna - wykonana z materiałów o wyższym standardzie (np. metaloplastyka, drewno, szkło,) **	17,22 zł
7.	Winył **	22,97 zł
8.	Baner (transparent) – wysokość stawki zależna jest od czasu ekspozycji baneru (transparentu); przy czym, maksymalny czas ekspozycji tej formy nie powinien przekraczać 6 miesięcy	<ul style="list-style-type: none"> • do 1 miesiąca 11,49 zł, • kolejny - 2 miesiąc 57,43 zł, • 3 miesiąc (i każdy następny) 114,86 zł
9.	Dla przenośnych autoreklam w formie stojaka, sztalugi, itp. (o pojedynczej powierzchni reklamowej do 1,0 m ²)	17,22 zł

* w przypadku wykorzystania do celów reklamowych lambreklin – dla obliczania powierzchni przyjmuje się powierzchnię wyłącznie lambreklin.

** w przypadku kształtów nieregularnych (np. liter) – dla obliczania powierzchni przyjmuje się najmniejszą powierzchnię najbardziej zbliżonej figury geometrycznej (np. kwadratu, prostokąta, trójkąta).

*** stawki zwaloryzowane na rok 2013.

2. Wysokość miesięcznych opłat za nośniki outdoor umieszczane przez **Inwestorów świadczących usługi reklamowe na rzecz innych podmiotów** (wynajmujących powierzchnię reklamową) ustalana jest - w zależności od formy nośnika oraz powierzchni reklamowej.

3. W zależności od formy nośnika reklamowego, o którym mowa w ust. 2, stawka miesięczna za m² powierzchni reklamowej wynosi:

L.p.	FORMA NOŚNIKA REKLAMOWEGO	STAWKA NETTO (zł / m ²) **
1.	Billboard tj. tablica wyklejana plakatami papierowymi, oświetlona lub nieoświetlona - (ekran) o wym. około 4 x 2, 4 x 3m, 5,04 x 2,38m.	50,53 zł
2.	Billboard (jw.) wielkoformatowy o wym. np.: 6 x 3m, 12 x 3m, 12 x 4m.	52,84 zł
3.	Stup reklamowy o pow. reklamowej około 10m ² , którego powierzchnia w przeważającej części przeznaczona jest do ekspozycji: a) plakatów komercyjnych, b) plakatów, afiszy promujących wydarzenia o charakterze artystycznym, sportowym, oświatowym.	odpowiednio: dla a) 58,58 zł dla b) 13,78 zł
4.	Piętrowy zespół kilku ekranów tj. wolnostojąca jednorodna, piętrowa konstrukcja ekranów.	Stawka w zależności od formy ekranów
5.	Pylon tj. kilka reklam umieszczonych w sposób zintegrowany w ramach jednorodnej konstrukcji.	55,13 zł
6.	Citylight tj. przeszklona gabłota (witryna) o pow. do 3 m ² (podświetlona od wewnątrz), przeznaczona do ekspozycji plakatu papierowego.	55,13 zł
7.	Diapazon tj. tablica o pow. do 3m ² , wyklejana plakatami papierowymi.	55,13 zł
8.	Megalight (cityscroll) tj. przeszklony nośnik typu backlight (podświetlony od wewnątrz) o pow. ekranu do 9 m ² . Nośnik posiada mechanizm pozwalający na ruchomą ekspozycję kilku (przeważnie trzech) reklam, drukowanych na specjalnym papierze lub siatce winylowej.	59,72 zł
9.	Backlight tj. nośnik podświetlony od wewnątrz o wym. około 6 x 3m, 12 x 3m, 12 x 4m. Konstrukcja przeznaczona do ekspozycji plakatu reklamowego drukowanego na siatce winylowej.	66,98 zł
10.	Winył naścienny wielkoformatowy o wymiarach dostosowanych do wymiarów ściany w następujących przedziałach powierzchniowych: a) do 100m ² , b) od 101m ² do 150m ² , c) od 151m ² do 200m ² , d) powyżej 200m ² .	odpowiednio: dla a) 57,43zł, dla b) 50,53 zł, dla c) 45,95 zł, dla d) 41,35 zł.
11.	Ochronne siatki winylowe (z nadrukiem reklamowym) o wymiarach dostosowanych do wymiarów rusztowania remontowo – budowlanego, w zależności od lokalizacji rusztowania: a) w Centrum Staromiejskim, b) poza Centrum Staromiejskim.	odpowiednio: dla a) 91,88* dla b) 68,91*

*w przypadku pasa drogowego dróg publicznych opłaty wymienione w pkt 10 są naliczane niezależnie od opłat naliczanych przez Zarząd Dróg i Utrzymania Miasta.

**stawki zwaloryzowane na rok 2013

4. Wysokość miesięcznych opłat za autoreklamy, nośniki reklamowe może być podwyższana na początku każdego roku kalendarzowego o średnioroczny wskaźnik wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (współczynnik inflacji) za rok poprzedni ogłaszany przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego w Monitorze Polskim.
5. W przypadku **innych** nie wymienionych w treści niniejszego załącznika form autoreklam, nośników reklamowych, o wysokości opłat z tytułu ich umieszczania decyduje Kolegium Prezydenta.