

Wytyczne w zakresie interpretacji pojęć: tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld - opisy o charakterze specjalistycznym na potrzeby postępowania w przedmiocie badania zgodności tablicy reklamowej/urządzenia reklamowego z przepisami uchwały Rady Miasta Krakowa Nr XXXVI/908/20 z dnia 26 lutego 2020 r. w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” i wymierzania kar pieniężnych za umieszczenie tablicy reklamowej/urządzenia reklamowego niezgodnie z przepisami uchwały.

Tablica reklamowa (art. 2 pkt 16b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym) – to billboard, baner, panel reklamowy (telebimy, ekrany LED, LCD), inne tablice reklamowe umieszczane na obiektach budowlanych lub ogrodzeniach

urządzenie reklamowe (art. 2 pkt 16c u.p.z.p.) – to pylon, słup plakatowo – reklamowy (okrągłak), totem lub wolnostojące urządzenie reklamowe (również to zawierające : billboard czy panel reklamowy - telebim, ekran LED, LCD), maszt flagowy

szyld (art. 2 pkt 16d u.p.z.p.) – to tablice reklamowe (płaskie umieszczone na elewacji lub na wysięgnikach prostopadle do elewacji), inne niż tablice urządzenia reklamowe umieszczane na obiekcie budowlanym

Przepis art. 29 ust. 3 pkt 3 lit. c ustawy Prawo budowlane ma zastosowanie dla **instalowania tablic reklamowych lub szyldów na obiektach budowlanych czy ogrodzeniach**, wtedy taka inwestycja **wymaga zgłoszenia** organowi administracji architektoniczno – budowlanej. Jeżeli instalowanie **tablic reklamowych lub szyldów** będzie miało miejsce **na obiektach budowlanych czy ogrodzeniach, wpisanych do rejestru zabytków**, to taka inwestycja będzie wymagała uzyskania **pozwolenia na budowę** w drodze decyzji administracyjnej, zgodnie z art. 29 ust. 7 pkt 1 ustawy Prawo budowlane.

Przepis art. 29 ust. 3 pkt 3 lit. c ustawy Prawo budowlane ma zastosowanie dla **urządzeń reklamowych innych niż te, które są budowlami** w myśl art. 3 pkt 3 ustawy Prawo budowlane, który mówi, że *ilekroć w ustawie jest mowa o budowli - należy przez to rozumieć każdy obiekt budowlany niebędący budynkiem lub obiektem małej architektury, jak: (...) wolno stojące trwale związane z gruntem tablice reklamowe i urządzenia reklamowe (...)*. Zaznaczyć należy, że dla przyjęcia trwałego związania z gruntem nie ma znaczenia okoliczność posiadania przez obiekt fundamentów, czy wielkość zagłębienia w gruncie, istotne jest czy posadowienie jest na tyle trwałe, że opiera się czynnikiem mogącym zniszczyć ustawioną na nim konstrukcję.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, że **wolno stojące urządzenia reklamowe**, takie jak : pylon, słup plakatowo – reklamowy (okrągłak), totem, wolnostojąca tablica reklamowa lub wolnostojące urządzenie reklamowe (również to zawierające : billboard czy panel reklamowy - telebim, ekran LED, ekran LCD), maszt flagowy – to samodzielne konstrukcje przestrzenne, stanowiące całość techniczno – użytkową, pozwalającą wytrzymać siłę wiatru i innych warunków atmosferycznych, dlatego nawet nie zagłębione w ziemi stanowią budowlę. Dociążenie ich konstrukcji stanowi odpowiednie zabezpieczenia przed przesuwaniem się lub przewróceniem obiektów, dlatego właśnie są one trwale związane z gruntem.

Tym samym wolno stojące urządzenie reklamowe jest budowlą, a jego wykonania nie można zrealizować metodą „instalacji”, o której mowa w art. 29 ust. 3 pkt 3 lit. c ustawy Prawo budowlane. Zatem roboty budowlane polegające na **budowie wolno stojącego trwale związanego z gruntem urządzenia reklamowego, wymagają uzyskania pozwolenia na budowę** w drodze decyzji administracyjnej.

Reklamy (upowszechnianie treści reklamowych), które nie stanowią robót budowlanych, zatem nie są objęte regulacjami ustawy Prawo budowlane.

Zalicza się do nich między innymi:

1. murale (malowanie treści reklamowych na ścianach obiektów budowlanych)
2. banery na rusztowaniach
3. szyby lokali : przyklejanie na szybach wewnątrz i na zewnątrz lokali znaków firmowych i reklam towarów dostępnych w lokalu
4. wyposażenie ogródków kawiarnianych – treści reklamowe na : lambrekinach parasoli, w ogrodzeniach ogródków jako przęsła ze znakami firmowymi, na oparciach krzeseł
5. stoiska handlowe, wystawiennicze, targowe – z umieszczonymi na nich reklamami
6. bankomaty, parkometry, stacje i punkty ładowania samochodów, urządzenia do sprzedaży biletów – z umieszczonymi na nich reklamami,
7. markizy (na elewacji budynku) z umieszczonymi na nich reklamami.
8. wystawianie na czas otwarcia lokalu stojaków z treściami reklamowymi (tzw. potykacze),
9. projekcje świetlne na elewacjach budynków (wyświetlanie treści reklamowych)
10. tworzenie hologramów przestrzennych (o treściach reklamowych, a nawet prezentowanie towarów), używając sprzętu wykorzystywanego do produkcji widowisk plenerowych
11. System Informacji Miejskiej (na niektórych urządzeniach mogą pojawić się treści reklamowe)
12. dekoracje miejskie