

Projekt

z dnia 2 kwietnia 2026 r.

Zatwierdzony przez

BURMISTRZ

mgr Grzegorz Watycha

**UCHWAŁA NR
RADY MIASTA NOWY TARG**

z dnia 2 kwietnia 2026 r.

w sprawie zmiany uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta Nowy Targ

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity Dz.U. z 2025 r. poz. 1153), art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity Dz.U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.) oraz art. 66 ust. 1 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 1688 z późn. zm.),

Rada Miasta Nowy Targ uchwala, co następuje:

§ 1.

Uchwala się zmianę Uchwały Nr XVI/166/2019 Rady Miasta Nowy Targ z dnia 27 grudnia 2019 roku w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta Nowy Targ (Dz. Urzęd. Woj. Małopolskiego z 22 stycznia 2020r., poz. 731), zmienionej Uchwałą Nr XXX/328/2021 Rady Miasta Nowy Targ z dnia 24 maja 2021 roku (Dz. Urzęd. Woj. Małopolskiego z 9 czerwca 2021r., poz. 3341).

§ 2.

Załącznik nr 1 do uchwały wymienionej w §1, zastępuje się załącznikiem nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 3.

W uchwale, o której mowa w § 1, wprowadza się następujące zmiany:

1. W Rozdziale 1 – Przepisy ogólne:

1) w § 4 w ust. 1 w pkt 9 kropkę zastępuje się średnikiem;

2) w § 4 w ust. 1 wprowadza się pkt 10 o następującym brzmieniu:

„10) reklama remontowo-budowlana – reklama wyłącznie w formie znaków firmowych lub logo umieszczana na siatkach ochronnych rusztowań na placu budowy.”;

3) w § 5 wstęp do wyliczenia otrzymuje brzmienie:

„W celu określenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz określenia gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane obszar Miasta Nowy Targ podzielono na cztery strefy krajobrazowe oznaczone na załączniku graficznym Nr 1:”

4) w § 5 w pkt 3 kropkę zastępuje się średnikiem;

5) w § 5 wprowadza się pkt 4 o następującym brzmieniu:

„4) IV strefa krajobrazowa – obejmuje miejskie obiekty sportowe w granicach nieruchomości, na których się znajdują tj. Miejska Hala Lodowa przy ul Parkowej 14, Stadion Miejski im. Józefa Piłsudskiego przy ul. Kolejowej 161, Hala Gorce przy al. Tysiąclecia 74.”

2. W Rozdziale 2 – Warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

6) w §6 w pkt 3 w lit. f) kropkę zastępuje się przecinkiem,

7) w §6 w pkt 3 wprowadza się lit. g) i h) o następującym brzmieniu:

„g) *sytuowanie reklam remontowo-budowlanych na czas trwania prac budowlanych o powierzchni nie większej niż 15% powierzchni siatki osłaniającej,*

h) *reklamy w ogródkach gastronomicznych wyłącznie w formie znaków firmowych lub logo na:*

- *lambrekinach parasoli o powierzchni odpowiadającej połowie lambrekina,*
- *płatkach o powierzchni dla jednego segmentu do 0,01 m² (100 cm²), wykonane z metalu lub drewna,*
- *siedziskach o powierzchni do 0,006 m² (60 cm²), wykonane z metalu lub drewna.”*

8) §7 otrzymuje następujące brzmienie:

„§ 7.

Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w I strefie krajobrazowej:

1) *zakaz:*

- a) *sytuowania tablic reklamowych,*
 - b) *sytuowania urządzeń reklamowych,*
- z zastrzeżeniem § 6 pkt 3. lit. c-h.”*

9) wprowadza się §9a o następującym brzmieniu:

„§ 9a. 1. *Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w IV strefie krajobrazowej:*

1) *zakaz:*

- a) *sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni reklamowej przekraczającej 62 m².*

2) *dopuszcza się:*

- a) *stosowanie urządzeń reklamowych w formie naszybowej na całej powierzchni witryny,*
- b) *sytuowanie urządzeń reklamowych w formie flag nie więcej niż jedna na każde 500 m² nieruchomości.”*

3. W Rozdziale 3 – Warunki sytuowania szyldów:

1) w §10 w pkt 1 lit. a otrzymuje brzmienie:

„a) *sytuowania przez podmiot prowadzący działalność więcej niż jednego szyldu na nieruchomości lub elewacji budynku z zastrzeżeniem pkt 3, § 12 ust. 1 pkt. 3 lit. b oraz § 13 pkt. 3 lit. b,”*

2) w §10 w pkt 1 lit. e otrzymuje brzmienie:

„e) *stosowania szyldów o jaskrawej kolorystyce, odbijających światło, z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące) z zastrzeżeniem pkt 3 lit. i;”*

3) w §10 w pkt 3 lit. b tiret pierwsze otrzymuje brzmienie:

„- *możliwość lokalizacji przez podmiot prowadzący działalność 2 szyldów na elewacji budynku,”*

4) w §10 w pkt 3 lit. c otrzymuje brzmienie:

„c) *dla stacji paliw możliwość lokalizacji przez podmiot prowadzący działalność 3 szyldów na nieruchomości,”*

5) w §10 w pkt 3 w lit. e tiret drugie, kropkę zastępuje się przecinkiem,

6) w §10 w pkt 3 wprowadza się lit. f, g i h o następującym brzmieniu:

„f) sytuowanie drugiego szyldu na elewacji budynku, przez podmiot prowadzący działalność, jako monochromatyczna wyklejka witryny sklepowej;

g) informacje o sprzedaży, wynajmie lokalu lub nieruchomości:

- w przypadku lokalu mieszkalnego lub użytkowego – wyłącznie w formie wyklejenia informacji w oknie lub witrynie, zajmującego nie więcej niż 50% pojedynczego szklenia okna lub witryny lub w formie tablicy umieszczonej w oknie lokalu o wymiarach nie przekraczających 0,80 m x 1,20 m,
- w przypadku budynku lub nieruchomości niezabudowanej - wyłącznie w formie tablicy o wymiarach nie przekraczających 1,0 m x 1,5 m.

h) informacje umieszczone na drzwiach, oknach lub witrynach, wyłącznie na temat godzin otwarcia lokalu o powierzchni nie większej niż format A3;”

i) dla kin dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej w formie ekranu LED o powierzchni do 62 m² w liczbie i formie określonej w przepisach szczegółowych.

7) w §12, ust. 1 pkt 3 wprowadza się lit. c o następującym brzmieniu:

„c) sytuowanie szyldów w formie flag nie więcej niż jedna na każde 500 m² nieruchomości i nie więcej niż 6.”;

8) w §13 wstęp do wyliczenia otrzymuje brzmienie:

„Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania szyldów w III i IV strefie krajobrazowej.”

9) w §13 w pkt 3 lit. a tiret pierwsze otrzymuje brzmienie::

„- pionowo na dachach budynków oraz na górnej krawędzi elewacji budynku jedynie w formie liter przestrzennych o wysokości do 2 m,”

10) w §13 w pkt 3 lit. b otrzymuje brzmienie:

„b) sytuowanie szyldów w formie flag nie więcej niż jedna na każde 500 m² nieruchomości i nie więcej niż 6,”

§ 4.

Wykonanie Uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Nowy Targ.

§ 5.

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

ADWOKAT
ŁUKASZ AMBROŹY
KANCELARIA ADWOKACKA
ul. Bolesława Limonowskiego
47-200 Kędzierzyn-Koźle
NIP 197-09-95-82

GŁÓWNY KŁĘGOWY

Joanna Zóitek

Uzasadnienie

Uchwałą Nr XVIII/156/2025 z dnia 12 maja 2025 r. Rada Miasta Nowy Targ przystąpiła od zmiany uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta Nowy Targ.

Powyższa uchwała została poprzedzona ankietą internetową dotyczącą funkcjonowania uchwały reklamowej w Nowy Targu, która została przeprowadzona wśród mieszkańców i przedsiębiorców na przełomie lutego i marca tego roku. W odpowiedzi na powyższe wpłynęło 127 ankiet. Uogólniając odpowiedzi, można stwierdzić, że osoby biorące udział w ankiecie oczekują zaostrzenia ograniczeń dotyczących lokalizacji reklam w Nowym Targu. Pojawiły się jednak również głosy przedsiębiorców, którzy opowiadają się za liberalizacją przepisów. Wsłuchując się w opinie mieszkańców oraz postulaty radnych zgłoszone podczas posiedzeń Komisji Sportu, Turystyki i Pożytku Publicznego, a także Komisji Budżetowej, oraz bazując na pięcioletnim doświadczeniu w stosowaniu dotychczasowej uchwały reklamowej, opracowano projekt jej zmiany. W projekcie tym przewidziano m.in.:

- wydzielenie IV strefy krajobrazowej - obejmującej miejskie obiekty sportowe w granicach nieruchomości, na których się znajdują tj. Miejska Hala Lodowa przy ul. Parkowej 14, Stadion Miejski im. Józefa Piłsudskiego przy ul. Kolejowej 161, Hala Gorce przy al. Tysiąclecia 74,
- doprecyzowanie zasad lokalizacji reklam na siatkach osłaniających rusztowania na czas trwania prac budowlanych,
- wykreślenie standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mają być wykonane szyldy – ustalenia te wykraczają poza ramy przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym,
- uściślenie zasad lokalizacji szyldów na nieruchomości - przez podmiot prowadzący działalność oraz doprecyzowanie zasad lokalizowania szyldów w formie liter przestrzennych (jest ażurowych co budziło wątpliwości interpretacyjne),
- dopuszczenie lokalizacji drugiego szyldu na elewacji jako monochromatyczna wyklejka witryny sklepowej
- uregulowanie zasad lokalizacji reklam (znaki firmowe lub loga) w ogródkach gastronomicznych.
- ustalenie zasad lokalizacji informacji o wynajmie/sprzedaży lokalu/nieruchomości.
- ustalenie zasad dot. lokalizowania informacji o godzinach otwarcia lokalu.
- zwiększenie liczby szyldów w formie flag do max. 6 na działce.

Odstąpiono od poszerzania stref krajobrazowych z zakazem lokalizacji reklam. Uznano, że ograniczenia, które już obowiązują są wystarczające a zmian i korekt wymagają przede wszystkim zasady lokalizacji szyldów, ponieważ to w tym zakresie przedsiębiorcy zgłaszali szereg uwag, najczęściej w trakcie działań kontrolnych przeprowadzanych przez pracowników Urzędu Miasta.

Zgodnie z procedurą przewidzianą w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym informacja o podjęciu uchwały przez Radę Miasta uchwały o przystąpieniu do zmiany uchwały reklamowej została opublikowana w ogłoszeniu i obwieszczeniu z dnia 22 maja 2025 r. Po sporządzeniu projekt uchwały został poddany opiniowaniu i uzgodnieniom z właściwymi organami oraz poddany konsultacjom społecznym w dniach 18.12.2025 r. do 31.01.2026 r. W toku konsultacji wpłynęło 15 uwag, a w wyniku ich rozpatrzenia dokonano korekt. W ramach wprowadzonych modyfikacji w II strefie krajobrazowej dopuszczono zwiększenie liczby flag z 3 do 6 sztuk, uwzględniając uwagę zgłoszoną przez jednego z dealerów samochodowych. Ponadto dla kina wprowadzono możliwość montażu szyldu LED oraz skorygowano nowe zasady dla tablic typu „Sprzedam/Wynajmę” zgodnie ze zgłoszonymi uwagami.

Wobec powyższego wnosi się o podjęcie niniejszej uchwały.

BURMISTRZ

mgr Grzegorz Watycha

WYKAZ UWAG WNIESIONYCH DO WYŁOŻONEGO DO PUBLICZNEGO WGLĄDU PROJEKTU ZMIANY UCHWAŁY REKLAMOWEJ MIASTA NOWY TARG – od 18.12.2025 r-31.01.2026 r.

Lp.	Data wpływu	Nazwisko i imię, nazwa jednostki organizacyjnej i adres zgłaszającego uwagi	Treść uwagi	Oznaczenie nieruchomości, której dot. uwaga	Ustalenia proj. uchwały dla nieruchomości, której dot. uwaga	Rozstrzygnięcie Burmistrza w sprawie rozpatrzenia uwagi		Uwagi
						Uwaga uwzględniona	Uwaga nieuwzględniona	
1	2	3	4	5	6	7	8	11
1.	16.01.2026 r.	-	Wnioskodawca wnosi o zwiększenie limitu flag (masztów) reklamowych łącznie 9 sztuk (II strefa) argumentując to koniecznością wywiązania się z umowy dealerskiej, która nakłada na przedsiębiorcę restrykcyjne wymogi dotyczące utrzymania standardów identyfikacji wizualnej marki Dopuszczenie większej liczby	dz. nr ewid. 14075/8, 14106/8, 14099/8 ul. Krakowska	Zwiększenie ilości flag z 3 na 6	x	-	Uwaga uwzględniona
2.	21.01.2026 r.	-	Wnioskodawca wnosi o uwzględnienie przekształcenia działki o nr 8268 w działkę budowlaną celem budowy domu na potrzeby mieszkalne	działka nr ewid. 8268		-	x	Uwaga bezzasadna Wniosek nie dotyczy przedmiotu zmiany uchwały reklamowej. Treść wniosku odnosi się do ustaleń Planu Ogólnego Miasta Nowy Targ (np. zmiana funkcji terenu). Wniosek zostaje wyłączony z dalszego procedowania w ramach uchwały reklamowej.
3.	21.01.2026 r.	-	Wnosi o Utworzenie nowej Strefy Reklamowej (IV Strefy Krajobrazowej) obejmującej wskazane ciąg ulicy Ludźmierskiej oraz przyległe działki ewidencyjne, z dopuszczeniem ekranów LED na elewacjach.			-	x	Uwaga w części uwzględniona

4.	29.01. 2026 r.	-	<p>Zmiana zasad sytuowania tablic informacyjnych o sprzedaży/wynajmie nieruchomości..</p> <p>Wykreślenie wymogu „w układzie poziomym” dla tablic informacyjnych w oknach oraz na budynkach/nieruchomościach</p> <p>Wykreślenie doprecyzowania lokalizacji tablicy „przy wjeździe” na teren nieruchomości.</p> <p>Wnioskodawca wskazuje na trudną sytuację rynkową, szczególnie w centrum miasta (duża liczba pustostanów). Obecne restrykcje (sztywny układ poziomy oraz ograniczenie lokalizacji tylko do wjazdu) utrudniają skuteczne informowanie o ofercie. Zmiana ma na celu uelastycznienie przepisów i ułatwienie właścicielom znalezienia najemców lub kupców.</p>			x		<p>Uwagi uwzględnione</p>		
5.	29.01. 2026 r.	--								
6.	29.01. 2026 r.	-								
7.	29.01. 2026 r.	-								
8.	29.01. 2026 r.	-								
9.	29.01. 2026 r.	-								
10.	29.01. 2026 r.	-								
11.	29.01. 2026 r.	-								
12.	29.01. 2026 r.	-								
13.	29.01. 2026 r.	-								
14.	29.01. 2026 r.	-								
15.	2.02. 2026 r.			<p>Wnosi o utworzenie nowej, specjalnej strefy reklamowej (Strefy Krajobrazowej IV), obejmującej ciąg ulicy Ludźmierskiej wraz z przyległymi działkami ewidencyjnymi.</p> <p>W ramach nowej strefy postulują dopuszczenie montażu ekranów LED na elewacjach budynków użyteczności publicznej (np.</p>			x		x	<p>Uwaga w części uwzględniona</p> <p>Dopuszcza się na elewacjach budynków (kina) szyldy wykonane w technologii LED pod warunkiem, że:</p> <p>powierzchnia reklamowa nie przekroczy 62m2, co w pełni zabezpieczy potrzeby prowadzonej działalności.</p>

			<p>kin), z przeznaczeniem na cele:</p> <p>Informacyjno-komunikacyjne: prezentacja repertuaru, godzin seansów, premier oraz bieżących komunikatów organizacyjnych.</p> <p>Promocyjno-reklamowe: promocja wydarzeń kulturalnych, materiałów dystrybutorów filmowych, partnerów i sponsorów, a także realizacja lokalnych kampanii komercyjnych</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

- zbiór uwag zamieszczonych w wykazie

Nowy Targ, dnia 13.02.2026 r.



RAPORT Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH INSTYTUCJI

Urząd Miasta Nowy Targ

**Konsultacje społeczne dotyczące projektu zmiany uchwały w sprawie
zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic
reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta
Nowy Targ**

Raport przedstawia wyniki za okres
18.12.2025 - 31.01.2026

M I A S T O
NOWY TARG



Raport utworzony w dniu: 13.02.2026

Spis treści

1. Ankieta konsultacji społecznych
2. Wyniki ze względu na poszczególne obszary i pytania
3. Dane instytucji

Załączniki

Spis wykresów

1. Ankieta konsultacji społecznych

Konsultacje społeczne dotyczące projektu zmiany uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta Nowy Targ

Czas trwania konsultacji

Data rozpoczęcia 18.12.2025 09:13 Data zakończenia 31.01.2026 23:59

Liczba ankiet

W ramach prowadzonych konsultacji Ankiety konsultacyjną wypełniło **20** uczestników.

2. Wyniki ze względu na poszczególne obszary i pytania

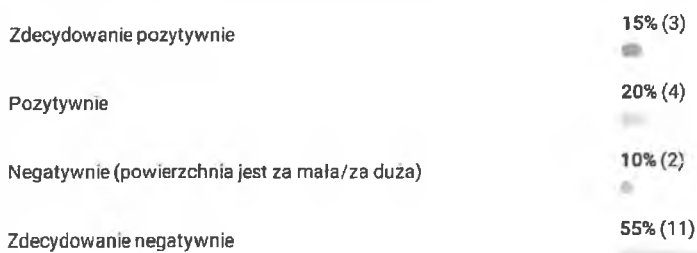
Jak ocenia Pan/Pani wprowadzenie definicji "reklamy remontowo-budowlanej" (reklama na siatkach rusztowań) i określenie maksymalnej powierzchni takiej reklamy (do 15% powierzchni siatki)?

Jednokrotny wybór osoby głoszącej

Możliwe odpowiedzi:

1. Zdecydowanie pozytywnie
2. Pozytywnie
3. Negatywnie (powierzchnia jest za mała/za duża)
4. Zdecydowanie negatywnie

Wykres 1. Jak ocenia Pan/Pani wprowadzenie definicji "reklamy remontowo-budowlanej" (reklama na siatkach rusztowań) i określenie maksymalnej powierzchni takiej reklamy (do 15% powierzchni siatki)?



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 2 do 11 co prezentuje Wykres.

Głoszący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Zdecydowanie negatywnie

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Zdecydowanie pozytywnie
- Pozytywnie
- Negatywnie (powierzchnia jest za mała/za duża)

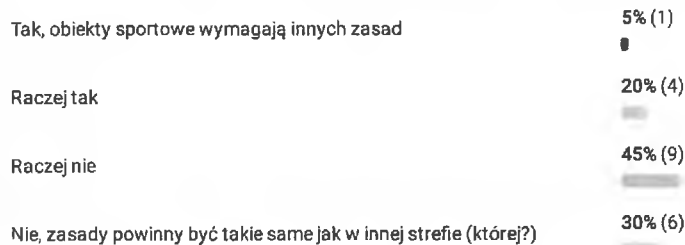
Czy uważa Pan/Pani za słuszne wyodrębnienie IV strefy krajobrazowej obejmującej miejskie obiekty sportowe z odrębnymi zasadami umieszczania reklamy?

Jednokrotny wybór osoby głosującej

Możliwe odpowiedzi:

1. Tak, obiekty sportowe wymagają innych zasad
2. Raczej tak
3. Raczej nie
4. Nie, zasady powinny być takie same jak w innej strefie (której?)

Wykres 2. Czy uważa Pan/Pani za słuszne wyodrębnienie IV strefy krajobrazowej obejmującej miejskie obiekty sportowe z odrębnymi zasadami umieszczania reklamy?



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 1 do 9 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Raczej nie
- Nie, zasady powinny być takie same jak w innej strefie (której?)

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Tak, obiekty sportowe wymagają innych zasad
- Raczej tak

Własne odpowiedzi głosujących:

Odpowiedź
jak w strefie III
Na terenie miasta powinna obowiązywać tylko jedna strefa i obejmować jedynie obszar wyznaczony w GEZ, czyli w obrębie starej części miasta.
Poco tyle stref, pytanie jest tendencyjne, cała uchwała reklamowa to jedna wielka farsa i ma Pan Panie Burmistrzu czelność pytać która, ile Pan jeszcze wymusił stref po tej IV?
powinna być tylko jedna strefa, historyczna ograniczająca się tylko do rynku, pomysł ze strefami to iście zaczerpnięty z PRL, Ci też wszystko chcieli kontrolować, gratulacje Panie Burmistrzu.
Powinny obowiązywać takie same zasady, jak w centrum. Obiekty stanowiące własność miasta winny świecić przykładem. Jednocześnie wciąż mam w pamięci stan lodowiska sprzed wprowadzenia uchwały - w całości zakryty billboardami.
takie sama jak w III strefie, ile jeszcze będzie takich wyodrębnionych stref, na potrzeby Pana Burmistrza.

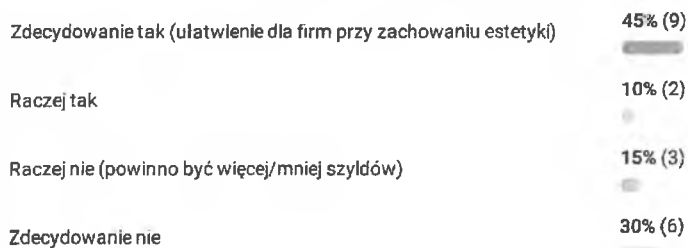
W projekcie dopuszcza się lokalizację 2 szyldów na elewacji budynku dla jednego podmiotu, w tym jeden jako monochromatyczna wyklejka witryny sklepowej. Czy uważa Pan/Pani, że ta zmiana jest korzystna dla przedsiębiorców i estetyki miasta?

Jednokrotny wybór osoby głosującej

Możliwe odpowiedzi:

1. Zdecydowanie tak (ułatwienie dla firm przy zachowaniu estetyki)
2. Raczej tak
3. Raczej nie (powinno być więcej/mniej szyldów)
4. Zdecydowanie nie

Wykres 3. W projekcie dopuszcza się lokalizację 2 szyldów na elewacji budynku dla jednego podmiotu, w tym jeden jako monochromatyczna wyklejka witryny sklepowej. Czy uważa Pan/Pani, że ta zmiana jest korzystna dla przedsiębiorców i estetyki miasta?



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 2 do 9 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Zdecydowanie tak (ułatwienie dla firm przy zachowaniu estetyki)
- Zdecydowanie nie

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Raczej tak
- Raczej nie (powinno być więcej/mniej szyldów)

Czy ma Pan/Pani jakiegokolwiek dodatkowe uwagi lub sugestie dotyczące projektu zmiany uchwały, które nie zostały ujęte w powyższych pytaniach?

Jednokrotny wybór osoby głosującej

Możliwe odpowiedzi:

1. Nie
2. Tak (proszę wpisać poniżej)

Wykres 4. Czy ma Pan/Pani jakiegokolwiek dodatkowe uwagi lub sugestie dotyczące projektu zmiany uchwały, które nie zostały ujęte w powyższych pytaniach?



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 10 do 10 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- Nie
- Tak (proszę wpisać poniżej)

Własne odpowiedzi głosujących:

Odpowiedź
1. Zmniejszenie ilości tablic reklamowych przy najbardziej zatłoczonych drogach w mieście (od Ludźmierskiej po Aleje Tysiąclecia). 2. Egzekwowanie przepisów, które już są. Nie są one restrykcyjne dla przedsiębiorców, a mimo to gołym okiem widać nadużycia.
Kolejne zmiany w uchwale reklamowej rodzi pytanie czy ta uchwała jest jeszcze potrzebna i komu?
Obecna uchwała nie porządkuje przestrzeni miejskiej i nie wpłynęła na polepszenie estetyki. Nie traktuje również mieszkańców względem zasady równości wobec prawa. Jak widać jedni mogą więcej i ich uchwała reklamowa nie dotyczy. Inni, bogatsi, szczególnie w obrębie centrów handlowych nie respektują zapisów uchwały za cenę iluzorycznych wpływów do budżetu miasta. Uchwałodawca nie ma prawa także nadawać sobie przywilejów zwalniających ich z obowiązku przestrzegania prawa, które sama stanowi.
Od budynków z działalności gospodarczej miasto bierze jeden z największych podatków w powiecie i tyle powinno włodarzom wystarczyć. W zimie był komunikat że za chodniki odpowiadają właściciele posesji ale jak go zająć dla potrzeb remontu czy innych to należy wnieść opłatę
Proszę się wycofać z uchwały reklamowej, to ogranicza swobodę prowadzenia działalności gospodarczej, Panie Burmistrzu trzeba mieć tupet żeby z premedytacją sabotować nowotarskich przedsiębiorców. Czy w czasie wyborów obowiązują te same zasady dla wszystkich? Chyba nie dlatego?
Uchwała do kosza to jest jedyna sugestia.
Uchwała miała regulować zjawisko ogrodzeń z blachy falistej, tymczasem z centrum miasta wcale ich nie ubyło.
Uchwała powinna się ograniczyć do jednej strefy, historycznej miasta. Powinna mieć jednakowe zasady dla wszystkich bez wyodrębniania wyborów, imprez organizowanych przez Misto i obiektów sportowych, albo wszyscy się spsujemy do przepisów albo proszę Pani Burmistrzu wycofać się z uchwały reklamowej. Co to za podział na lepszych i gorszych.
Wyłączenie z uchwały reklamowej specjalnych stref aktywności gospodarczej
Wyłączenie z uchwały specjalnych stref aktywności gospodarczej

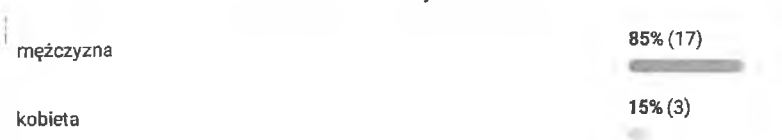
Płeć

Jednokrotny wybór osoby głoszącej

Możliwe odpowiedzi:

1. mężczyzna
2. kobieta

Wykres 5. Płeć



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 3 do 17 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- mężczyzna

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- kobieta

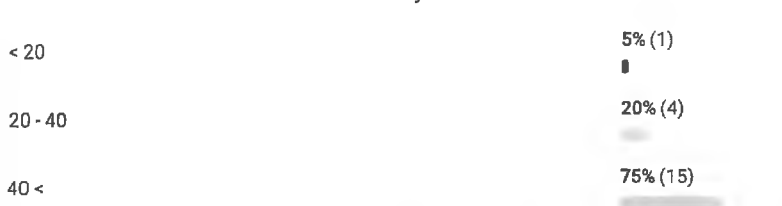
Wiek

Jednokrotny wybór osoby głoszącej

Możliwe odpowiedzi:

1. < 20
2. 20 - 40
3. 40 <

Wykres 6. Wiek



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 1 do 15 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- 40 <

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- < 20
- 20 - 40

Określenie respondenta

Jednokrotny wybór osoby głoszącej

Możliwe odpowiedzi:

1. mieszkaniec
2. przedsiębiorca
3. odwiedzający
4. pracujący

Wykres 7 Określenie respondenta



Źródło: Opracowanie na podstawie wyników badań ankietowych

Liczba głosów oddanych na poszczególne odpowiedzi kształtowała się od 0 do 12 co prezentuje Wykres.

Głosujący najczęściej - równo lub powyżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- mieszkaniec
- przedsiębiorca

Najrzadziej - poniżej ŚREDNIEJ wybrali odpowiedzi:

- odwiedzający
- pracujący

3. Dane instytucji

Nazwa instytucji	Urząd Miasta Nowy Targ
Adres email	umnt@um.nowytarg.pl
Numer telefonu	18 26 11 200
Adres	ul. Krzywa 1 34-400 Nowy Targ

Spis wykresów

Wykres 1. Jak ocenia Pan/Pani wprowadzenie definicji "reklamy remontowo-budowlanej" (reklama na siatkach rusztowań) i określenie maksymalnej powierzchni takiej reklamy (do 15% powierzchni siatki)?

Wykres 2. Czy uważa Pan/Pani za słuszne wyodrębnienie IV strefy krajobrazowej obejmującej miejskie obiekty sportowe z odrębnymi zasadami umieszczania reklamy?

Wykres 3. W projekcie dopuszcza się lokalizację 2 szyldów na elewacji budynku dla jednego podmiotu, w tym jeden jako monochromatyczna wyklejka witryny sklepowej. Czy uważa Pan/Pani, że ta zmiana jest korzystna dla przedsiębiorców i estetyki miasta?

Wykres 4. Czy ma Pan/Pani jakiegokolwiek dodatkowe uwagi lub sugestie dotyczące projektu zmiany uchwały, które nie zostały ujęte w powyższych pytaniach?

Wykres 5. Płeć

Wykres 6. Wiek

Wykres 7. Określenie respondenta