

Zasady sytuowania wolnostojących reklam niezwiązanych z gruntem, tzw. „potykaczy” w pasach drogowych dróg stanowiących własność Gminy Cieszyn i pasach drogowych zarządzanych przez Miejski Zarząd Dróg w Cieszynie

§ 1. 1. Ustawienie reklamy w pasach drogowych dróg zarządzanych przez Miejski Zarząd Dróg wymaga uzyskania decyzji o zatwierdzeniu lokalizacji reklamy w pasie drogowym wydanej przez Miejski Zarząd Dróg w Cieszynie na podstawie złożonego wniosku.

Do wniosku należy dołączyć:

- 1) . Mapę z zaznaczeniem lokalizacji reklamy;
- 2) . Opis z podaniem wymiarów i zastosowanych materiałów umożliwiający ocenę spełnienia warunków określonych w §2 i §3.

2. W przypadku lokalizacji na terenie historycznego układu urbanistycznego wpisanym do rejestru zabytków po otrzymaniu decyzji, o której mowa w ust. 1 należy złożyć wniosek do Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków w celu uzyskania pozwolenia na umieszczenie reklamy.

3. Po uzyskaniu decyzji o zatwierdzeniu lokalizacji reklamy należy złożyć wniosek do Miejskiego Zarządu Dróg w Cieszynie o wydanie decyzji na czasowe zajęcie pasa drogowego

4. Po otrzymaniu pozwolenia, o którym mowa w ust. 2 należy złożyć wniosek do Miejskiego Zarządu Dróg w Cieszynie o wydanie decyzji na czasowe zajęcie pasa drogowego.

5. Podstawą do zajęcia pasa drogowego i ustawienia na nim reklamy jest decyzja Miejskiego Zarządu Dróg w Cieszynie wyrażająca zgodę na zajęcie pasa drogowego.

6. Zasady odpłatności za udostępnienie gruntu w celu ekspozycji reklamy określa decyzja zezwalająca na zajęcie pasa drogowego.

7. Kopia decyzji powinna być przechowywana w lokalu, którego dotyczy reklamowana działalność, do wglądu w trakcie czynności kontrolnych prowadzonych przez pracowników Urzędu Miejskiego, Miejskiego Zarządu Dróg i Straży Miejskiej

§ 2. Ustala się następujące zasady lokalizacji reklam:

- 1) . Mogą być umieszczone, jeśli pozostaje na chodniku przestrzeń min. 1,5m dla ruchu pieszego;
- 2) . Nie mogą być sytuowane na jezdni (za wyjątkiem reklam sytuowanych w obrębie ogródka gastronomicznego);
- 3) . W przypadku ul. Głębokiej:
 - a) . nie mogą być sytuowane w przestrzeni brukowanej kostką porfirową za wyjątkiem odcinka wzdłuż podcieni
 - b) . nie mogą być sytuowane na szynie tramwajowej
 - c) . mogą być sytuowane na nawierzchni wykonanego z płyt granitowych pod warunkiem zachowania min. 1,5m wolnej przestrzeni dla ruchu pieszego;
- 4) . Mogą być sytuowane w godzinach otwarcia lokalu (chowane na noc).
- 4a) . W przypadku występowanie niekorzystnych warunków atmosferycznych, a w szczególności silnego wiatru, zakazuje się umieszczanie reklam na zewnątrz lokalu.

- 5) . Wprowadza się możliwość sytuowania 1 „potykacza” dla lokalu.
- 6) . Reklama może być umieszczona jeśli lokal nie posiada przestrzeni wystawowej (witryny) skierowanej bezpośrednio na główny ciąg komunikacyjny. Wyjątek dotyczy jedynie reklam wymienionych w pkt. 7.
- 7) . Lokale gastronomiczne mają możliwość sytuowania 1 nośnika przed lokalem zawierającego menu/oferty dnia.
- 8) . Reklamy nie mogą być umieszczane na oznaczeniach dla osób niewidomych tj. w polach uwagi i liniach wiodących oraz przy schodach.
- 9) . Reklamy stawiane na chodnik należy sytuować w jednej linii z sąsiadującymi reklamami. Dopuszcza się sytuowanie przy elewacji budynku lub w jednej linii z pozostałymi elementami małej architektury i wyposażenia przestrzeni miejskiej.
- 10) . W przypadku sytuowania reklamy w bramie/ wejściu / podcieniu / tunelu reklama musi w całości znajdować się w jednej przestrzeni – w zarysie muru lub na chodniku – wyklucza się możliwość ustawienia częściowo w bramie i częściowo na chodniku.
- 11) . Reklamy należy ustawić w taki sposób, aby były możliwe do „odnalezienia” białą laską przez osoby z dysfunkcją wzroku – tak, by pusta przestrzeń nie była ustawiona równolegle do kierunku ruchu pieszych,
- 12) . Reklamy nie mogą stwarzać jakiegokolwiek zagrożenia dla bezpieczeństwa ruchu pieszych i pojazdów.

§ 3. Forma reklamy winna być zgodna z poniższymi wytycznymi.

- 1) . Konstrukcja / rama:
 - a) . drewniana (w kolorze w odcieniach brązu, farby transparentne lub kryjące);
 - b) . metaloplastyka w kolorze szarym, czarnym lub ciemnozielonym;
 - c) . wyklucza się możliwość stosowania PCV lub plastiku.
 - d) . nie może posiadać ostrych krawędzi stwarzających niebezpieczeństwo zranienia się przez osoby postronne
 - e) . dolna krawędź pozioma powinna znajdować się poniżej 0,3m nad poziomem terenu
 - f) . wykończenie matowe z materiałów niepowodujących odbicia światła i olśnienia.
- 2) . Przestrzeń ekspozycyjna (wypełnienie / tło):
 - a) . kolorystyka spójna z elewacją bądź witryną przy której jest umieszczony potykacz lub czarna tablica kredowa;
 - b) . w przypadku ofert lokali gastronomicznych przestrzeń ekspozycyjna to czarna tablica kredowa lub gablota z ofertą menu.
- 3) Gabaryty:
 - a) . powierzchnia ekspozycyjna max 0,5m²,
 - b) . maksymalna wysokość 1,1m.

§ 4. Za sytuowanie reklam niezgodnie z niniejszym regulaminem odpowiedzialność ponosi właściciel lokalu, którego dotyczy reklamowana działalność.