

**ZARZĄDZENIE NR 0151/IKiOŚ/ 83 /2010**  
**BURMISTRZA MIASTA USTKA**  
**Z DNIA 14 KWIETNIA 2010 R.**

**w sprawie: określenia zasad prowadzenia postępowań w sprawie udzielania zezwolenia na zajęcie pasa drogowego w celu organizowania w sezonie letnim ogródków gastronomicznych ekspozycji towaru, punktów handlowych, a także umieszczania reklam w pasie drogowym dróg publicznych zarządzanych przez Burmistrza Miasta Ustka, a w szczególności ul. Marynarki Polskiej.**

Na podstawie: art. 30 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (t.j.: Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.) w związku z ustawą z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (t.j.: Dz. U. z 2007 r. Nr 19, poz. 115 z późn. zm.), rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 1 czerwca 2004 r. w sprawie określenia warunków udzielania zezwoleń na zajęcie pasa drogowego (Dz. U. z 2004 r. Nr 140, poz. 1481), ustawą z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2003 r. Nr 162, poz. 1568 z późn. zm.)

**zarządzam, co następuje:**

**§ 1**

1. Zarządzenie reguluje zasady prowadzenia postępowań w sprawie udzielania zezwolenia na zajęcie pasa drogowego w celu organizowania w sezonie letnim ogródków gastronomicznych, ekspozycji towaru, punktów handlowych, a także umieszczania reklam w pasie drogowym dróg publicznych zarządzanych przez Burmistrza Miasta Ustka, a w szczególności ul. Marynarki Polskiej.
2. Zezwolenia na zajęcia pasa drogowego udzielane są na podstawie ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (t.j.: Dz. U. z 2007 r. Nr 19, poz. 115 z późn. zm.).
3. Udzielanie zezwoleń na zajęcie pasa drogowego następuje z uwzględnieniem przepisów rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 1 czerwca 2004 r. w sprawie określenia warunków udzielania zezwoleń na zajęcie pasa drogowego (Dz. U. z 2004 r. Nr 140, poz. 1481 z późn. zm.).
4. Postępowania, o których mowa w ust. 1 prowadzone są z poszanowaniem zasad określonych w ustawie z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.).

**§ 2**

1. W rozumieniu niniejszego zarządzenia:
  - 1) sezonem letnim jest okres od dnia 1 maja do dnia 30 września danego roku,
  - 2) ogródek gastronomiczny jest formą zwiększenia miejsc konsumenckich istniejących w lokalu gastronomicznym,
  - 3) ekspozycja towaru jest wystawą przedmiotów przeznaczonych do sprzedaży, która ma na celu wyeksponowanie towarów sprzedawanych w punktach handlowych,
  - 4) punkt handlowy jest miejscem w którym odbywa się bezpośrednia sprzedaż towarów,
  - 5) reklamą jest reklama w rozumieniu art. 4 pkt 23 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2007 r. Nr 19, poz. 115) tj. nośnik informacji wizualnej w jakiegokolwiek materialnej formie wraz z elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, umieszczony w polu widzenia użytkowników drogi, niebędący znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustawionym przez gminę.
2. W toku prowadzonego postępowania, którego przedmiotem jest zezwolenie na zajęcie pasa drogowego należy pouczać stronę, iż inwestor ma obowiązek zorganizowania ogródka gastronomicznego i reklam zgodnie z przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 207, poz. 2016 z późn. zm.), o ile stan faktyczny będzie tego wymagał.

### § 3

1. W toku prowadzonego postępowania, którego przedmiotem jest zezwolenie na zajęcie pasa drogowego należy wszechstronnie ustalać strony postępowania. W przypadku postępowania dotyczącego pasa drogowego ul. Marynarki Polskiej należy dodatkowo dążyć do ustalenia czy z wnioskiem o wydanie decyzji na zajęcie pasa drogowego upoważniającej do zorganizowania ogródka gastronomicznego, ekspozycji towaru, punktów handlowych lub reklam w okresie sezonu letniego, występuje właściciel, najemca lub podmiot mający inny tytuł prawny do lokalu użytkowego, prowadzący w nim działalność gastronomiczną.
2. Prowadząc postępowanie w sprawie zezwolenia na zajęcie pasa drogowego ul. Marynarki Polskiej dot. organizowania ogródka gastronomicznego, ekspozycji towaru, punktu handlowego lub reklam w okresie sezonu letniego należy dążyć do ustalenia koncepcji:
  - a) zagospodarowania ogródka gastronomicznego zgodnie z § 4 pkt 1 niniejszego zarządzenia,
  - b) zagospodarowania ekspozycji towaru zgodnie z § 4 pkt 2 niniejszego zarządzenia,
  - c) zagospodarowania punktu handlowego zgodnie z § 4 pkt 3 niniejszego zarządzenia,
  - c) projekt reklamy zgodnie z § 4 pkt 4 niniejszego zarządzenia.
3. W przypadku barku ustalenia koncepcji, określonej w ust. 2, należy w miarę możliwości uwzględniać wskazówki określone w § 4 przy udzielaniu zezwolenia na zajęcie pasa drogowego.
4. Do wniosku o wydanie zezwolenia na zajęcie pasa drogowego w celu zorganizowania ogródka gastronomicznego, ekspozycji towaru, punktu handlowego lub reklam należy dołączyć dokumenty przewidziane w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 1 czerwca 2004 r. w sprawie określenia warunków udzielania zezwoleń na zajęcie pasa drogowego (Dz. U. z 2004r. Nr 140, poz. 1481 z późn. zm.). Dodatkowo w toku postępowania należy dążyć do:
  - 1) ustalenia czy strona zalega z opłatami z tytułu zajęcia pasa drogowego.
  - 2) zapewnienia możliwości wypowiedzenia się przez Architekta Miasta w sprawie wniosku dot. ogródka gastronomicznego, ekspozycji towaru, punktu handlowego lub reklam w pasie drogowym drogi gminnej położonej na terenie objętym jedną z form ochrony zabytków zgodnie z ustawą z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 162, poz. 1568 z późn. zm.).

### § 4

Koncepcja zagospodarowania ogródków gastronomicznych, ekspozycji towaru, punktu handlowego lub reklam lokalizowanych na terenie objętym jedną z form ochrony zabytków zgodnie z ustawą z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 162, poz. 1568 ze zmianami), w szczególności w pasie drogowym ul. Marynarki Polskiej, winna zapewniać ład i estetykę. Przy opracowaniu koncepcji należy brać pod uwagę to, że:

- 1) przed obiektami, w których prowadzona jest działalność gastronomiczna (maksymalnie na szerokości lokalu gastronomicznego), odnośnie wymiarów ogródka gastronomicznego winien wypowiedzieć się Architekt Miasta przy czym zaleca się aby:
  - a) ogródki winny być umieszczone możliwie blisko obiektów w których prowadzona jest działalność przez stronę,
  - b) ogródek winien być oddzielony od pozostałego terenu niskim estetycznym ażurowym ogrodzeniem (z naturalnego drewna lub metalowe);
  - c) stoliki i siedziska winny harmonizować z ogrodzeniem (drewniane, wiklinowe, ratanowe, metalowe),
  - d) parasole winny być nowe, czyste, kolorowe (jednakowe w jednym ogródku),
  - e) stosować pergole z kolorowymi kwiatami w estetycznych donicach, koszykach, itp.,
  - f) stosować oświetlenie ogródka (np. lampy na ogrodzeniu),
  - g) unikać wyposażenie ogródków w elementy plastikowe,
  - h) nie ingerować w nawierzchnię pasa drogowego (bez stałego mocowania ogrodzenia),
  - i) lokalizacja ogródka nie powodowała zmniejszenia światła chodnika poniżej 1,5 m, celem zapewnienia swobodnego przechodu.
- 2) ekspozycję towaru była dokonywana możliwie blisko obiektów, w których towar ten jest przedmiotem handlu przy czym zaleca się aby:
  - a) estetyczne gabloty lub stelaże (metalowe lub drewniane) sytuować w odległości maksymalnie

- 1,0 m od ściany budynku, przy zachowaniu światła chodnika 1,5 m celem zapewnienia swobodnego przechodu,
- b) unikać ekspozycji na ogrodzeniach, ścianach zewnętrznych, elementach konstrukcyjnych obiektów, stolارce okiennej i drzwiowej, rynnach, rurach spustowych, parapetach, markizach i szyldach,
  - c) książki były ekspozowane z estetycznych stelaży – unikać ekspozycję z kartonów.
- 3) punkt handlowy należy umieszczać bez ingerencji w nawierzchnię pasa drogowego (bez stałego mocowania), ponadto zaleca się:
- a) namioty miały maksymalnie wymiary 3,00m x 3,00m i wysokości 2,20m., wszystkie płaszczyzny (czyste) w jednym kolorze, harmonizującym z elewacją budynków sąsiednich,
  - b) po zakończonej dziennej działalności handlowej teren uprządkować,
  - c) w ramach punktu handlowego ekspozycja towaru dokonywana były z estetycznych stelaży lub z estetycznych stolików drewnianych, bez stosowania materiałów pokryciowych,
  - d) nie przechowywać skrzynek, kartonów oraz innych opakowań pod stolikami i ładami handlowymi lub obok stoiska handlowego,
  - e) lokalizacja punktu handlowego nie powodowała zmniejszenia światła chodnika poniżej 1,5 m, celem zapewnienia swobodnego przechodu.
- 4) zgodnie z obowiązującym miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego pn.: „Centrum 2”, zatwierdzonym uchwałą Nr XII/103/2003 Rady Miejskiej w Ustce z dnia 25 września 2003 roku (Dz. Urz. Woj. Pomor z 2004 r. Nr 2, poz. 6) zasady dla umieszczania reklam szyldów oraz tablic informacyjnych są następujące:
- a) dopuszcza się lokalizowanie reklam wolnostojących przy ścianie budynku, stanowiących kompozycję z jego elewacją pod warunkiem, że ich powierzchnia nie jest większa niż 4 m<sup>2</sup>,
  - b) dopuszcza się lokalizowanie szyldów mocowanych prostopadle do elewacji frontowej, o charakterze stylowym, dostosowanym do wystroju elewacji, zawierających wizerunek oddający charakter usługi; powierzchnia szyldu maksymalnie do 1,5 m<sup>2</sup>, dłuższe ramię równoległe do ściany budynku; wysokość umieszczenia szyldu zgodnie z przepisami prawa budowlanego, przy czym dolna krawędź szyldu dopuszczalnie na wysokości min. 2,5 m,
  - c) dopuszcza się lokalizowanie tablic informacyjnych na budynkach, w których znajdują się instytucje publiczne zgodnie z odrębnymi przepisami szczegółowymi,
  - d) ustala się wymóg sporządzenia projektu reklamy, szyldu i tablicy informacyjnej jako integralnej części projektu budowlanego; forma i kolorystyka reklam, szyldów, tablic informacyjnych wymaga uzgodnienia z architektem miejskim,
  - e) reklamy, szyldy, tablice informacyjne na obiektach wpisanych do rejestru zabytków lub proponowanych do wpisu wymagają uzgodnienia z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków,
  - f) kierunkowskazy i informatory dotyczące rozmieszczonych w obszarze planu hoteli, pensjonatów, ośrodków wypoczynkowych i innych ważnych obiektów dopuszcza się ich lokalizację na słupkach informacyjnych w pasach drogowych po uprzednim uzyskaniu zgody Burmistrza Miasta Ustki.

## § 5

W toku postępowania dotyczącego ogródków gastronomicznych, ekspozycji towaru oraz punktów handlowych należy dążyć do ustalenia czy strona będzie umieszczać dodatkowo reklamy (np. na parasolach, ogrodzeniu ogródka gastronomicznego, lodówkach) i innych urządzenia niezwiązanych z ruchem drogowym przewidzianych ustawą o drogach publicznych.

## § 6

Traci moc zarządzenie nr 0151/IKiOŚ/52/2010 Burmistrza Miasta Ustka z dnia 12 marca 2010r.

## § 7

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

**Burmistrz Miasta Ustka**  
**/-/ Jan Olech**