



## **Spis treści**

<b>List intencyjny</b>	<b>2</b>
<b>Propozycje i oczekiwania osób zaangażowanych w spotkania konsultacyjne w ramach projektu „DEPTAK reWITA!”</b>	<b>5</b>
<b>Przeprowadzone działania poprawiające sytuację na ulicy Powstańców Śląskich i Jana III Sobieskiego</b>	<b>11</b>
<b>Strategia marki oraz strategia komunikacji marki „DEPTAK reWITA!” - „Ulica artystów i rzemieślników”</b>	<b>14</b>
<b>Załączniki</b>	<b>24</b>



**„DEPTAK reWITA!”**

**List intencyjny**



## Rewitalizacja deptaka

Stowarzyszenie Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS od sierpnia 2010 r. do kwietnia 2011 r. realizowało projekt pt. „Przygotowanie społecznej koncepcji rewitalizacji ulic Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich” („DEPTAK reWITA!”), który finansowany był z dotacji Fundacji im. Stefana Batorego.

W ramach projektu odbyło się dziewięć spotkań z mieszkańcami miasta, właścicielami sklepów i kamienic, mieszczących się na ulicach Powstańców Śląskich oraz Jana III Sobieskiego w Rybniku. W spotkaniach uczestniczyli również specjaliści z zakresu planowania przestrzennego, przedstawiciele władz miasta Rybnika, urzędnicy oraz komendant staży miejskiej.

Podczas spotkań omawiano problemy tej części miasta oraz oczekiwania użytkowników. Wszystkie propozycje i uwagi, które według uczestników spotkań poprawią trudną sytuację tych ulic zostały spisane i opracowane.

Dlatego też zwracamy się z wielką prośbą o zapoznanie się z niniejszym dokumentem. Wydaje nam się, że wiele propozycji tu przedstawionych można wprowadzić w życie bez ponoszenia znacznych kosztów (tak jak wprowadzono ograniczenie ruchu samochodów oraz ich parkowania na ul. Powstańców Śląskich), co według użytkowników tej części miasta znacznie poprawi sytuację ulic.

Piotr Masłowski

Dyrektor zarządzający,  
Centrum Rozwoju Inicjatyw  
Społecznych CRIS



**Propozycje i oczekiwania osób zaangażowanych w spotkania  
konsultacyjne w ramach projektu „DEPTAK reWITA!”**



### **Zmiany dotyczące miejsc parkowania w okolicy deptaka:**

- Ulgi na parking dla klientów deptaka - jeśli ktoś zrobi zakupy w sklepach na ulicy Powstańców lub Sobieskiego za okazaniem paragonu może parkować za darmo przez dwie godziny na parkingu przy ulicy Brudnioka;
- Darmowy parking (tylko przez pierwsze dwie godziny, co pozwoli uniknąć zastawiana parkingu przez uczniów ze znajdujących się w pobliżu szkół średnich) pomiędzy bazyliką a szkołą muzyczną – rozwiązanie takie będzie dodatkowym bodźcem do zwiększenia ruchu pieszych przez ulicę Powstańców Śląskich;
- Modernizacja parkingu na ul. Kościuszki (naprzeciwko szkoły górniczej). Parking w tej części miasta zachęci pieszych do ruchu przez ulicę Powstańców.



### **Zmiany dotyczące pasaży wychodzących na ulice Powstańców**

#### **i Sobieskiego:**

- Monitoring i oświetlenie pasaży pozwoli zwiększyć bezpieczeństwo w śródmieściu;
- Większy nacisk na utrzymanie czystości w pasażach dochodzących do ulicy Powstańców Śląskich i Jana III Sobieskiego.



### **Zmiany związane z nawierzchnią ulic:**

- Potrzebny jest remont nawierzchni ulic. Do czasu remontu sugerujemy udostępnienie starej, zniszczonej nawierzchni na działania artystyczne (street art np.: pierwsze na Śląsku graffiti 3D), co w oczywisty sposób przyczyni się do zwiększenia atrakcyjności miejsca i liczby przechodniów;
- Przekwalifikowanie ulicy (Powstańców i Sobieskiego) z dróg publicznych na drogi wewnętrzne. Mniej restrykcyjne zasady użytkowania (obecnie istnieją problemy z zajęciem pasa ruchu drogowego np.: podczas czyszczenia witryny, wystawki towaru przed sklepem czy działań artystycznych na ulicy) ułatwią handel. Do niniejszego dokumentu dołączono stosowne propozycje uchwał (strona 24).



### **Potrzeba zainstalowania małej infrastruktury:**

- ławeczek – szczególnie ważne i potrzebne są dla osób starszych, które mają trudności z pokonaniem bez odpoczynku trasy rynek - bazylika;
- Roślin – które polepszyłyby estetykę ulic;
- Koszy na śmieci – jest ich obecnie za mało i są w złym stanie;
- Dobrego oświetlenia – latarnie (szczególnie w zaciemnionych obszarach np.: dróżka profesora Libury).



### **Zmiany związane z wynajmem lokali należących do miasta:**

- Wprowadzenie polityki mieszkaniowej w tym obszarze miasta przez przyciągnięcie do Śródmieścia ludzi młodych – celowe przyznawanie mieszkań w atrakcyjnych cenach np.: przedstawicielom wolnych zawodów (tak jak to robi Wrocław);
- Adaptacja strychów mieszczących się wzdłuż deptaka na mieszkania – (przykład wykorzystania strychów z Czerwionki- Leszczyn);
- Preferencyjne stawki dla określonej działalności gospodarczej np.: dla rzemieślników, restauratorów itp. w oparciu o przyjęty przez miasto Program Rewitalizacji;
- Preferencyjne stawki podatku od nieruchomości w tej części miasta.



### **Promocja:**

- Stworzenie na ulicy punktu informacji turystycznej lub kulturalnej;
- W ramach projektu [Kultura.rybnik.eu](http://Kultura.rybnik.eu) planowane jest umieszczenie tablicy LCD na ulicy Powstańców (informacja z 1 numeru Kulturalnego donosiciela). Wg naszej wiedzy zostanie ona umieszczona na budynku MOSiR.



Proponujemy zmianę lokalizacji na jedną z miejskich kamienic w głównym ciągu deptaka (np. Powstańców 16);

- Promocja wieży widokowej na bazylice jako atrakcji turystycznej miasta (umieszczenie informacji w przewodnikach, stworzenie szlaku turystycznego na wieżę);
- Organizacja imprez miejskich na ulicy Powstańców (jarmarki, koncerty, dni miasta, stworzenie targu staroci itp.);
- Znalezienie i wypracowanie niszowego charakteru ulic – np.: „Ulica artystów i rzemieślników” (propozycja przedstawiona na stronie 14).



### Inne propozycje:

- Przeniesienie siedziby komórki miejskiej na ul. Powstańców (np. Punkt Zamiany Lokali) – zmusi to mieszkańców do odwiedzania tej części miasta;
- Realizacja miękkich projektów na rewitalizację społeczną związanych z aktywizacją mieszkańców (jak happeningi), działania o charakterze kulturalnym (warsztaty, przedstawienia, koncerty) - dla przykładu w obecnie trwającym konkursie Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich miasto Rybnik wystartuje z ofertą dotyczącą tylko Niewiadomia i Niedobczyc<sup>1</sup> – Śródmieście nie jest

---

<sup>1</sup> <http://www.pomocspoleczna.rybnik.pl/index.php?page=aktualnosci&pid=65>

traktowane jako obszar problemowy pomimo dużego natężenia negatywnych zjawisk;

- Preferencyjna procedura dla działań artystycznych w tej przestrzeni miasta (np. w zakresie zajęcia pasa ruchu drogowego, organizowania manifestacji itd.) - zachęci ona do działań artystycznych (małe koncerty, wystawy) w tej części miasta;
- Zmiana regulacji świateł na ulicy Gliwickiej – długi okres oczekiwania jest zniechęcający dla klientów. Duża grupa przechodniów nie dochodzi do ulicy Powstańców. Światła powinny zostać regulowane w proporcji do natężenia ruchu pieszych i ruchu samochodowego (w okresie mniejszego ruchu samochodowego np. 10.00-13.00 na przejściu dla pieszych powinno palić się z zasady światło zielone).
- Reklamy umieszczane na kamienicach - wiszące (nie tylko na ulicach Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich) traktowane są jako zajęcie pasa ruchu drogowego dlatego właściciele muszą uiszczać opłaty z tytułu zajęcia pasa ruchu drogowego. Taka reklama w żaden sposób nie koliduje z ruchem samochodowym i nie powinna być traktowana jako obiekt zajmujący pas ruchu drogowego. Do niniejszego dokumentu dołączono stosowną propozycję uchwały (strona 28).



**Przeprowadzone działania poprawiające sytuację na ulicy  
Powstańców Śląskich i Jana III Sobieskiego**



### **Ograniczenie ruchu samochodowego.**

Postawienie bramek kontrolnych (biletomatów) na ulicy Sobieskiego i Powstańców Śląskich, co doprowadziło do ograniczenia przejazdu samochodów i uregulowało czas parkowania samochodów na tych ulicach. Zaobserwowano wzmożone patrole Straży Miejskiej na ul. Powstańców.



### **Nowe ceny za wynajem lokali.**

Zmniejszenie ceny wyjściowej (z 40zł/m<sup>2</sup> na 20zł/m<sup>2</sup>) za wynajem lokali należących do Zakładu Gospodarki Mieszkaniowej.



### **Oddolne inicjatywy właścicieli lokali.**

Indywidualne promocje, rabaty oferowane przez sklepy, organizowanie wspólnych akcji promocyjnych (Cenowe Powstanie) i wydłużenie otwarcia sklepów do godziny 19.



## Zaangażowanie studentów architektury Politechniki Śląskiej.

Przygotowanie happeningów zwracających uwagę na trudną sytuację tej części miasta: „Czy ta ulica umiera?“, „Kawa na deptaku“.



**Strategia marki oraz strategia komunikacji marki „DEPTAK  
reWITA!” „Ulica artystów i rzemieślników”**



## Opis koncepcji

Punktem wyjścia dla stworzenia koncepcji marki „DEPTAK reWITA!” jest nadanie temu obszarowi cech produktowych, które wyróżnią to miejsce na tle pozostałych, konkurencyjnych traktów handlowych oraz przekonają do niego konsumentów ostatecznych.

Duże miasta, miasteczka a nawet dzielnice i konkretne obszary miejskie w rozumieniu marketingowym są również produktami, które także potrzebują wsparcia wizerunkowego oraz jasnych i spójnych strategii marketingowych.

Wspólne wypracowanie odpowiedniej koncepcji miejsca, która następnie może być rozwijana i modyfikowana, powinno nadać ulicy Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich nowy, spójny charakter.

Nasza propozycja to koncepcja stworzenia miejsca unikalnego w skali miasta, które będzie skupiać przedsiębiorców prowadzących nietypową działalność handlową czy usługową. Skoncentrowanie w jednym miejscu kilku przedsięwzięć, które oferują np.: specjalistyczne usługi dedykowane szerokiej grupie odbiorców pozwoli wypracować przewagę konkurencyjną względem innych punktów tego typu rozproszonych w pozostałych rejonach miasta. Dodatkowym udogodnieniem z punktu widzenia klienta jest komplementarność oferty, którą można spotkać w takich miejscach.

Elementami uzupełniającymi przy tym scenariuszu działań powinny być wydarzenia towarzyszące, spójne z koncepcją miejsca. Mogą to być np.: imprezy branżowe, targi staroci, koncerty na ulicach czy tematyczne menu w knajpkach i restauracjach.



## Grupy docelowe

### Ludzie:

- Osoby poszukujące odmienności, innowatorzy;
- Konsumenci zmęczeni jednakowymi sklepami w galeriach handlowych;
- Mieszkańcy miasta chcący skorzystać z usług rzemieślników i specjalistów;
- Ludzie poszukujący kompleksowych usług w danej kategorii (oferta sklepów jest spójna z charakterem miejsca).

### Firmy:

- Firmy usługowe dostarczające nietypowe rozwiązania;
- Sklepy z ofertą skierowaną do specjalistów w danych branżach;
- Przedsiębiorcy oferujący produkty niedostępne w galeriach handlowych;
- Organizacje: stowarzyszenia, kluby, agendy, izby – potrzebujące rozpoznawalnej lokalizacji.





## Wytyczne strategiczne

### Cele strategii

- Stworzenie marki miejsca rozpoznawalnego, charakterystycznego i przyjaznego konsumentowi;
- Stworzenie miejsca zaspokajającego potrzeby mieszkańców miasta, które nie konkuruje z galeriami handlowymi.

### Cele marketingowe i reklamowe

- Budowa marki i jej wizerunku;
- Stworzenie potrzeby posiadania powierzchni handlowej w danym rejonie;
- Stworzenie spójnej oferty handlowo-usługowej, która będzie atrakcyjna dla konsumenta.

### Cel komercyjny

- Doprowadzenie do wynajęcia powierzchni handlowych przez przedsiębiorców i rozwinięcia działalności zgodnie z naszą koncepcją i charakterem miejsca.



## Koncept strategiczny marki

### Insight konsumencki

- Marka mojej firmy/organizacji kojarzona jest z eksperckością i oryginalnością. Ja i moi klienci cenimy wyjątkowość i bliski kontakt. Dlatego potrzebuję miejsca, które będzie charakterystyczne w skali miasta i będzie przyciągać innych konsumentów i przedsiębiorców szeroką, unikalną ofertą.

### Benefit racjonalny

- Szeroka specjalistyczna oferta usługowo-handlowa w jednym miejscu – **wygoda i komfort;**
- Jedyne takie miejsce w Rybniku – **dla szukających unikalności;**
- skupienie ofert, które są komplementarne względem siebie – **szansa na wspólny rozwój ekonomiczny, efekt skali.**

### Benefit emocjonalny

- Niepowtarzalność, nietypowość, wynikająca z charakteru miejsca oraz oferty handlowo-usługowej – **dla niezwykłych;**
- dla poszukujących wyróżnienia – **dla aspirujących do grona liderów rynku lub racjonalnie myślących liderów.**

### **RTB (reason to believe)**

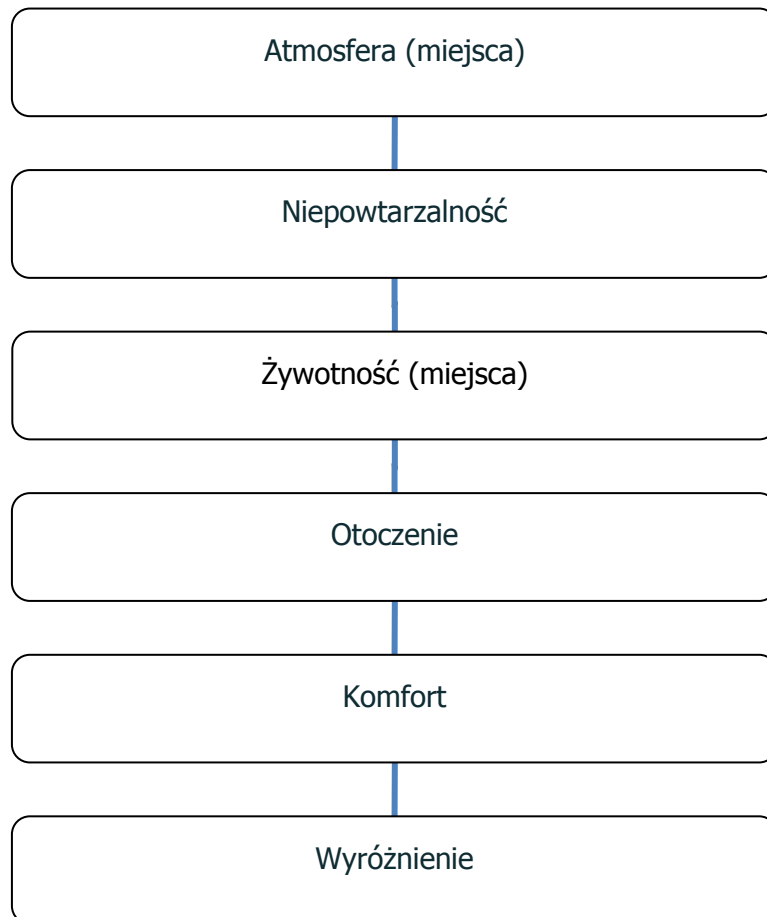
- Bogata i spójna oferta handlowo-usługowa zwiększy szansę na wyróżnienie i stworzenie charakterystycznego miejsca, które będzie atrakcyjne dla konsumentów;
- Wielka idea miejsca – jako projekcja wiarygodności i kompetencji prowadzonego biznesu.

### **Differentiator**

- Oferta, atmosfera miejsca i otoczenia.



## Schemat wartości marki





## Założenia strategii komunikacji

### Rekomendowany komunikat:

- W mieście jest wiele atrakcyjnych miejsc, ale tylko jedno tak dogodne i wyjątkowe – stosować projekcję (np.: zbiór punktów specjalistycznych w jednym miejscu – komfort i wygoda);
- Zobacz jak zmieniają się perspektywy z tego szczególnego miejsca;
- Wyjątkowi ludzie, wyjątkowy biznes – wyjątkowe miejsce;
- Sztuka i pełen profesjonalizm w jednym miejscu;
- Podkreślać nieporównywalność do czegokolwiek, co już istnieje, nową jakość w Rybniku;
- Coś czego nie znajdzie się w żadnym innym miejscu.



## **Proponowane działania promocyjno-wspierające**

### **Aleja gwiazd**

Istnieje możliwość, wzorem Alei Sławy w Hollywood oraz ulicy Piotrkowskiej w Łodzi, umieszczania na ulicy Powstańców charakterystycznych gwiazd, symbolizujących sławnych Rybniczian. Osób, których działalność na arenie krajowej czy międzynarodowej w szczególny sposób przyczynia lub przyczyniała się do promocji miasta. To tutaj mogą znaleźć się gwiazdy np.: Mikołaja Góreckiego czy Piotra Palecznego.

### **Street Art – graffiti na ulicy i chodnikach**

Sztuka uliczna jest znana od dawna. My możemy zorganizować konkurs na projekt i wykonanie promocyjnych trójwymiarowych obrazów, które znajdują się na ulicy. To również szansa dla lokalnych przedsiębiorców, którzy w ten niestandardowy i atrakcyjny sposób mogą promować swoje produkty czy usługi. Niezależnie od tego, czy prowadzimy zakład fryzjerski, restaurację czy sklep ogrodniczy, sukces biznesu w coraz większym stopniu zależy od emocjonalnego postrzegania go przez naszych klientów.

### **Pchli targ, jarmarki**

Nowy Jork ma pchli targ na Brooklynie, Paryż (siedmiohektarowy!) w Saint-Ouen, Lizbona przy Campo de Santa Clara, a Amsterdam na placu Waterlooplein. Wszystkie są ogromnie popularne i potrafią ściągnąć nawet kilkadziesiąt tysięcy zainteresowanych osób. Wydzielenie powierzchni i organizacja cyklicznych targów, na których można zakupić lub wymienić (często kolekcjonerskie) produkty pozwoliłoby wzmocnić pożądany charakter miejsca oraz dodatkowo uatrakcyjnić tą trochę zapomnianą część miasta.



## **Brak marki miejsca**

Niepodjęcie działań naprawczych prowadzących do zbudowania silnej, konkurencyjnej marki z wyróżniającą tożsamością, może w konsekwencji doprowadzić do niekorzystnego pogorszenia wizerunku ulic Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich. Doprowadzi to prawdopodobnie do komercyjnej i ekonomicznej katastrofy tego miejsca. Brak jakiegokolwiek strategii rozwoju, tożsamości przedmiotowych ulic i zdolności konkurencyjności z galeriami handlowymi oraz z innymi częściami miasta, doprowadzi od powolnego upadku punktów handlowych. Spadek natężenia ruchu pieszych prawdopodobnie będzie się w tym rejonie pogłębiał, co doprowadzi do zamykania kolejnych sklepów i brakiem zainteresowania powierzchniami handlowymi ze strony najemców.



## **Rybnicki przykład „tematycznej” ulicy**

„Tematyczną” ulicą można nazwać ul. Kościelną na której mieści się osiem lokali, w których można zakupić asortyment dla dzieci (cztery sklepy z zabawkami, cztery z ubrankami). Powoduje to, że klienci którzy szukają takich towarów często udają się specjalnie na tą konkretną ulicę. Skumulowanie sklepów pod względem towarów/usług jest bardzo praktyczne i sprawdza się już w Rybniku.



**Załączniki**

**Propozycje uchwał Rady Miasta Rybnika**





UCHWAŁA NR .....

RADY MIASTA RYBNIKA

z dnia .....r.

w sprawie pozbawienia kategorii drogi gminnej poprzez wyłączenie z użytkowania części ulicy Jana III Sobieskiego, jako drogi publicznej na terenie miasta Rybnika.

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt. 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591, z 2002 r. Nr 23 poz. 220, Nr 62 poz. 558, Nr 113 poz. 984, Nr 153, poz. 1271, Nr 214, poz.1806, z 2003 r. Nr 80 poz. 717, Nr 162 poz. 1568, z 2004 r. Nr 102 poz. 1055, Nr 116 poz.1203, Nr 167, poz. 1759, z 2005 r. Nr 172 poz. 1441, Nr 175 poz.1457, z 2006 r. Nr 17 poz. 128, Nr 181 poz. 1337, z 2007 r. Nr 48 poz. 327, Nr 138 poz. 974, Nr 173 poz. 1218, z 2008 r. Nr 180 poz. 1111, Nr 223 poz. 1458, z 2009 r. Nr 52 poz. 420, Nr 157, poz. 1241 i z 2010 r., Nr 28, poz. 142 i 146, Nr 40, poz. 230, Nr 106, poz. 675. Nr 40, poz. 230), w związku z art. 10 ust. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 19 poz. 115, Nr 23 poz. 136, Nr 192 poz. 1381, z 2008 r. Nr 54 poz. 326, Nr 218 poz. 1391, Nr 227 poz. 1505, z 2009 r. Nr 19 poz. 100 i 101, Nr 86 poz. 720, Nr 168, poz. 1323 i z 2010 r. Nr 106, poz. 675 i Nr 152 poz. 1018, Nr 225 poz. 1466, z Dz. U z 2011, Nr 5 poz.13); po zasięgnięciu opinii Zarządu Powiatu, Rada Miasta Rybnika uchwała, co następuje:

§ 1. Pozbawia się dotychczasowej kategorii drogi publicznej gminnej poprzez wyłączenie z użytkowania części ulicy Jana III Sobieskiego stanowiącej działkę o numerze ..... z obrębem ....., jako drogi publicznej.

§ 2. Droga w obszarze określonym w § 1, zostaje przeznaczona dla ruchu pieszych z prawem dojazdu do posesji pojazdów zaopatrzenia oraz pojazdów uprzywilejowanych.

§ 3. Położenie drogi wyłączonej z użytkowania, jako drogi publicznej zawiera załącznik graficzny do niniejszej uchwały, na którym część wyłączona zaznaczona jest kolorem .....

§ 4. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Rybnika.

§ 5. Uchwała wchodzi w życie po upływie czternastu dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego

UCHWAŁA NR .....

RADY MIASTA RYBNIKA

z dnia .....r.

w sprawie pozbawienia kategorii drogi gminnej poprzez wyłączenie z użytkowania części ulicy Powstańców Śląskich, jako drogi publicznej na terenie miasta Rybnika.

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt. 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591, z 2002 r. Nr 23 poz. 220, Nr 62 poz. 558, Nr 113 poz. 984, Nr 153, poz. 1271, Nr 214, poz.1806, z 2003 r. Nr 80 poz. 717, Nr 162 poz. 1568, z 2004 r. Nr 102 poz. 1055, Nr 116 poz.1203, Nr 167, poz. 1759, z 2005 r. Nr 172 poz. 1441, Nr 175 poz.1457, z 2006 r. Nr 17 poz. 128, Nr 181 poz. 1337, z 2007 r. Nr 48 poz. 327, Nr 138 poz. 974, Nr 173 poz. 1218, z 2008 r. Nr 180 poz. 1111, Nr 223 poz. 1458, z 2009 r. Nr 52 poz. 420, Nr 157, poz. 1241 i z 2010 r., Nr 28, poz. 142 i 146, Nr 40, poz. 230, Nr 106, poz. 675. Nr 40, poz. 230), w związku z art. 10 ust. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 19 poz. 115, Nr 23 poz. 136, Nr 192 poz. 1381, z 2008 r. Nr 54 poz. 326, Nr 218 poz. 1391, Nr 227 poz. 1505, z 2009 r. Nr 19 poz. 100 i 101, Nr 86 poz. 720, Nr 168, poz. 1323 i z 2010 r. Nr 106, poz. 675 i Nr 152 poz. 1018, Nr 225 poz. 1466, z Dz. U z 2011, Nr 5 poz.13); po zasięgnięciu opinii Zarządu Powiatu, Rada Miasta Rybnika uchwala, co następuje:

§ 1. Pozbawia się dotychczasowej kategorii drogi publicznej gminnej poprzez wyłączenie z użytkowania części ulicy Jana III Sobieskiego stanowiącej działkę o numerze ..... z obrębu ....., jako drogi publicznej.

§ 2. Droga w obszarze określonym w § 1, zostaje przeznaczona dla ruchu pieszych z prawem dojazdu do posesji pojazdów zaopatrzenia oraz pojazdów uprzywilejowanych.

§ 3. Położenie drogi wyłączonej z użytkowania, jako drogi publicznej zawiera załącznik graficzny do niniejszej uchwały, na którym część wyłączona zaznaczona jest kolorem .....

§ 4. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Rybnika.

§ 5. Uchwała wchodzi w życie po upływie czternastu dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego

W sprawie pozbawienia kategorii drogi gminnej poprzez wyłączenie z użytkowania części ulicy Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich, jako drogi publicznej na terenie miasta Rybnika.

Ulica Jana III Sobieskiego i Powstańców Śląskich wchodzi w skład Rybnickiej Strefy Śródmiejskiej-wyznaczonego terenu ścisłego centrum Rybnika. Obowiązują w nim szczególne zasady ruchu pojazdów, w którym stosuje się zwiększoną kontrolę postojów i ruchu samochodów. W strefie tej przewija się najwięcej osób, obszar ten to miejsce robienia zakupów i deptak, na którym można się zrelaksować. Dąży się do ograniczenia czasu postoju do minimum, by konieczność pozostawienia pojazdu w RSŚ stała się ostatecznością, służącą do załatwienia tylko i wyłącznie spraw niezbędnych. W obszarze, który jest deptakiem i służy celom rekreacyjnym, dopuszczono możliwość korzystania z rejonu strefy również rowerzystom, co umożliwia alternatywny dla ruchu pojazdów sposób poruszania się po mieście.

Ostatnie zmiany to również ukłon w stronę mieszkańców strefy, którzy pozbawieni miejsc parkingowych na podwórzach kamienic, pozostawiają samochody przed wejściem do budynków (za stroną WWW Rybnickiej Straży Miejskiej). Umożliwia się im obecnie pełniejsze korzystanie ze strefy.

Ustawa z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 19, poz. 115, z późn. zm.) określa drogę niepubliczną (wewnętrzną) jako taką, której rola sprowadza się do dojazdu do mieszkań oraz dojazdów do obiektów użytkowanych przez przedsiębiorców. Ulica Jana III Sobieskiego nie spełnia roli w układzie komunikacyjnym miasta. Jej charakter jest zatem typowy właśnie dla drogi wewnętrznej.

Uchwała usankcjonuje istniejący stan rzeczy. Ponadto pozwoli na nadanie ulicy funkcji deptaka, w którym zasady użytkowania terenu i przeznaczenia drogi będą określane przez właściciela (gminę) a nie rozwiązania ogólne o charakterze ustawowym. W ten sposób zwiększy się możliwość aktywnej ożywiania ulicy przez właścicieli sklepów, wydarzenia artystyczne itp. na zasadach dostosowanych do ich rzeczywistego wykorzystania, z pominięciem przepisów dotyczących zajmowania pasa ruchu drogowego.



UCHWAŁA NR .....

RADY MIASTA RYBNIKA

z dnia.....

w sprawie: zmiany uchwały Nr 232/XVI/2003 Rady Miasta Rybnika z dnia 22 grudnia 2003 r. w sprawie zasad wysokości stawek opłat za zajęcie pasa drogowego dróg publicznych, dla których zarządcą jest Prezydent Miasta Rybnika

Działając na podstawie :

- art. 40 ust. 8 i 9 w związku z art. 19 ust 5 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (jt. Dz.U z 2007r. nr 19. poz. 115), art. 40 ust.1, art. 41 ust.1 i art. 42 ustawy z dnia 8 marca 1990 o samorządzie gminnym (jt. Dz. U. z 2001 r. nr 142 poz. 1591 z późniejszymi zmianami) na wniosek Prezydenta Miasta po zaopiniowaniu przez Komisję Gospodarki Przestrzennej, Działalności Gospodarczej i Komunikacji

Rada Miasta Rybnika uchwała:

§ 1. W uchwale Nr 232/XVI/2003 Rady Miasta Rybnika z dnia 22 grudnia 2003. w sprawie zasad wysokości stawek opłat za zajęcie pasa drogowego dróg publicznych dla których zarządcą jest Prezydent Miasta Rybnika

§ 1 ust. 1 pkt. 3 otrzymuje brzmienie:

3) – za umieszczenie w pasie drogowym reklam na wysokości nie przekraczającej .....metrów za każdy dzień umieszczenia 1 m 2 powierzchni reklamy.

Kategoria Rodzaj Obiektu	Dr. Gminne	Dr. Powiatowe	Dr. Wojewódzkie	Dr. Krajowe
Reklama				

Dodaje się pkt. 4 o treści:

4) za umieszczenie w pasie drogowym reklam na wysokości przekraczającej .....metrów nie pobiera się opłat

§ 2. Uchwała wchodzi w życie po upływie czternastu dni od ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego.

Przewodniczący Rady

Uzasadnienie do zmiany uchwały Nr 232/XVI/2003 Rady Miasta Rybnika z dnia 22 grudnia 2003 r. w sprawie zasad wysokości stawek opłat za zajęcie pasa drogowego dróg publicznych, dla których zarządcą jest Prezydent Miasta Rybnika

Zgodnie z Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 31 grudnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych pojazdów oraz zakresu ich niezbędnego wyposażenia (Dz. U. 2003 nr 32 poz. 262), z późniejszymi zmianami maksymalna wysokość pojazdu z ładunkiem poruszającego się w ruchu drogowym nie może przekroczyć 4 m. W związku z tym pobieranie opłat za reklamy zawieszane powyżej wskazanej wysokości jest bezzasadne, ponieważ reklamy zawieszane powyżej tej wysokości nie wypełniają przesłanek zajęcia pasa ruchu drogowego określonego w Rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 1 czerwca 2004 r. w sprawie określenia warunków udzielania zezwoleń na zajęcie pasa drogowego (Dz. U. z dnia 19 czerwca 2004 r.) tzn. nie wpływają na ruch drogowy, nie ograniczają widoczności na drodze i nie powodują zmian w istniejącej organizacji ruchu pojazdów lub pieszych. W żaden sposób nie kolidują z ruchem samochodowym i nie powinny być traktowane jako obiekty zajmujące pas ruchu drogowego.