

MANUÁL



PRE OSADZOVANIE
A POSUDZOVANIE
PREDAJNÝCH STÁNKOV
VO VEREJNOM PRIESTORE
HM SR BRATISLAVY

OBSAH

01.	ÚVOD	03
02.	PREDAJNÉ STÁNKY NA ÚZEMÍ HM SR BRATISLAVY	04
03.	POLOHA A VEĽKOSŤ	05
04.	TVAR A PROPORCIE	07
05.	MATERIÁL, KONŠTRUKCIA, FAREBNOSŤ	09
06.	TECHNICKÉ VYBAVENIE, ZÁSOBOVANIE, ODPAD	10
07.	REKLAMA A OSVETLENIE	11
08.	PREDAJNÉ STÁNKY V HISTORICKOM PROSTREDÍ	13
09.	PREDAJNÉ STÁNKY NA ZELENÝCH PLOCHÁCH	14
10.	SEZÓNNE A MOBILNÉ PREDAJNÉ STÁNKY	15
11.	PREDAJNÉ AUTOMATY	16
12.	POŽIADAVKY NA POVOĽOVANIE	17
13.	SÚČASNÉ TRENDY PREDAJNÝCH STÁNKOV	19
14.	ZÁVER	22

01. ÚVOD

V stredoeurópskom priestore sa od 19. storočia presadili predajné stánky alebo kiosky na predaj tabakových výrobkov, tlačovín, pečených zemiakov, gaštanov, nápojov, zmrzliny, údenín (tradičný párok v rožku...) a pod. a aj v priestoroch Bratislavy predstavujú určitú tradíciu. Sú jedným z prvkov verejného priestoru a aj dnes slúžia najmä na predaj tlačovín a cigariet, rýchle občerstvenie - predaj drobného čerstvého pečiva, kvetín, darčkových predmetov, sezónne tradičným pečeným zemiakom a gaštanom a pod. Predajné stánky predstavujú doplnkové funkcie na miestach, kde sa zhromažďuje väčší počet ľudí a kde takéto funkcie chýbajú (zastávky MHD, námestia, významné pešie ťahy a pod.).

Predajné stánky patria k imidžu mesta a správne osadené, esteticky zvládnuté a s vhodným výberom tovaru môžu verejný priestor zatraktívniť. Typické pre Bratislavu je, že tieto doplnkové formy občianskej vybavenosti sú situované často aj v lokalitách, kde nie sú v dosahu žiadne iné možnosti, napr. na zastávkach MHD Staromestská a pod.

Súčasný nárok na kvalitu verejného priestoru v mestách z hľadiska jeho užívania sú veľmi veľké. Verejný priestor dnes je tzv. obývačkou mesta – obľúbeným miestom na stretávanie a pobyt, kultúrne podujatia a verejný život. Dnešný verejný priestor v Bratislave musí pokryť nové požiadavky na jeho užívanie z funkčného aj estetického hľadiska. Tento priestor prístupný ako širokej verejnosti tak aj návštevníkom mesta reprezentuje nielen Bratislavu ako takú, ale aj Bratislavu vo funkcii hlavného mesta SR. Preto v rozvoji mesta zohráva čoraz väčšiu úlohu ochrana a tvorba obrazu a kompozície verejného priestoru.

PREDAJNÉ STÁNKY, 20. ROKY 20. STOROČIA
BRATISLAVA, KAMENNÉ NÁMESTIE
zdroj: <http://www.ba.foxy.sk/index.php?cat=0>



02. PREDAJNÉ STÁNKY NA ÚZEMÍ HM SR BRATISLAVY

Ako predajné stánky môžu slúžiť na území HM SR Bratislavy len stánky transportovateľné, **a)** ktoré sú stavbou pevne spojenou so zemou výlučne len podľa § 9 (2) d Stavebného zákona 50/1976 Zb. Pevným spojením sa v tomto prípade rozumie aj pripojenie na inžinierske siete,

b) ktoré nie sú napojené na inžinierske siete, kde patria aj mobilné predajné stánky (napr. mobilné stánky na predaj gaštanov, kávy, zmrzliny a pod.)

Z hľadiska doby prevádzkovania sú stánky tzv. **trvalé**, ktoré dlhodobo zaberajú verejný priestor a **dočasné** (príležitostné, sezónne), ktoré zaberajú verejný priestor na dobu určitú.



TRVALÝ PREDAJNÝ STÁNOK - TYPICKÝ PRÍKLAD
zdroj: archív



MOBILNÝ PREDAJNÝ STÁNOK KÁVY V BRATISLAVE
zdroj: http://www.ciernakava.com/2012_07_01_archive.html



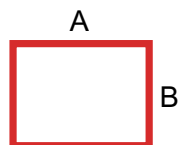
DOČASNÉ PREDAJNÉ STÁNKY - VIANOČNÉ TRHY V BRATISLAVE
zdroj: <http://www.aktuality.sk/clanok/308609/v-centre-bratislavy-sa-zacali-vianocne-trhy-su-v-novom-sate/>

03. POLOHA A VEĽKOSŤ

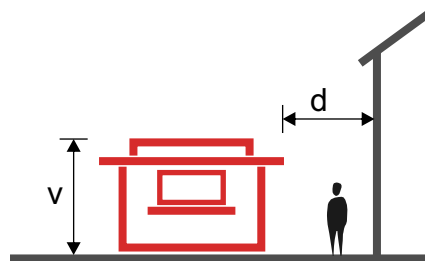
Základné rozmerové charakteristiky predajných stánkov trvalo osadených vo verejnom priestore:

- **maximálna zastavaná plocha** 15m²
- **maximálna výška stánku** 3,0m
- **minimálny odstup od fasády** 2,5m (situovanie stánkov na chodníkoch, výnimkou sú prieluky, dočasne nezastavané priestory a pod.).

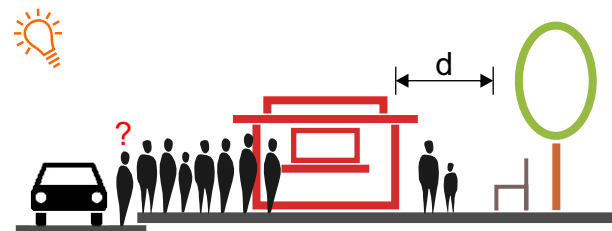
Pri umiestňovaní stánku zohľadniť odstup stánku od budov, obrubníkov mestských komunikácií, dopravných značiek a tak, aby bola situácia vo verejnom priestore dostatočne prehľadná a nebolo znemožnené užívanie mestského mobiliáru. Ďalej treba zohľadniť priestor pre možné vytváranie rady čakajúcich. Poloha stánku nesmie negatívne ovplyvňovať svetlotechnické podmienky a znehodnotiť sprístupnenie a viditeľnosť dotknutého parteru budov.



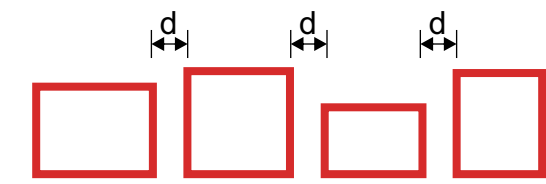
maximálna plocha predajného stánku vrátane vystupujúcich častí môže byť 15 m²



maximálna výška predajného stánku vrátane strešných konštrukcií nesmie presiahnuť 3,0 m, minimálny odstup od fasády budov nesmie byť menšia ako 2,5 m.



stánok musí byť umiestnený s ohľadom na dostatočný priestor okolo seba, napr. pri tvorení radu na čakanie alebo zachovanie prechodových šírok okolo stánku pre peších.

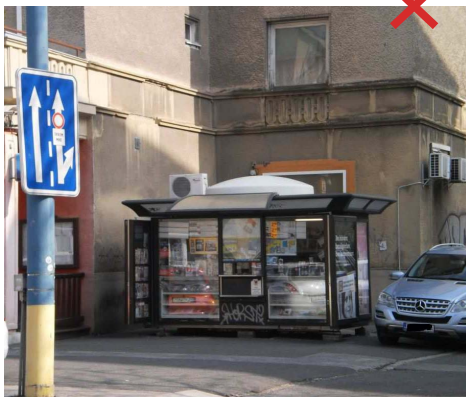


pri umiestnení viacerých stánkov pri sebe je potrebné zarovnať ich na jednu líniu (stena s výdajným pultom), minimálny odstup medzi stánkami musí byť 1m



stánky umiestnené bez koncepcie, s rôznym odstupom, rôznych tvarov a farieb negatívne dotvárajú priestor Bratislava, Trnavské mýto

zdroj: <https://www.odkazprestarostu.sk/bratislava/podnety/22209/budy-na-trnavskom-myte>



nevhodná poloha predajného stánku vo vzťahu k objektu a dotknutého okna, ktorému zabraňuje vo výhlade
Bratislava, Miletičova ulica



novinový stánok umiestnený v stiesnenom priestore pri úzkom chodníku kde obmedzuje pohyb peších
Bratislava, Radlinského ulica

Doplnenie predmetnej plochy stánku o ďalší záber plochy verejného priestoru pre napr. umiestnenie mobiliáru v letných mesiacoch a pod. si vyžaduje ďalšie povolenie zo strany magistrátu.



doplnenie predmetnej plochy o ďalšie prvky súvisiace so stánkom (napr. mobiliár, pulty pre kvety, zeleninu a pod.), si vyžaduje povolenie zo strany magistrátu



vhodná poloha predajného stánku vzhľadom na odstup od objektov so zachovaním dostatočných priestorov okolo stánku
Bratislava, Ružinovská ulica



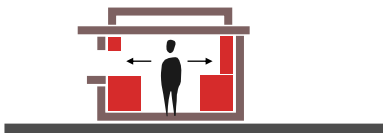
nevhodné zabratie verejného priestoru stánkovým mobiliárom a príslušenstvom

04. TVAR A PROPORCIE

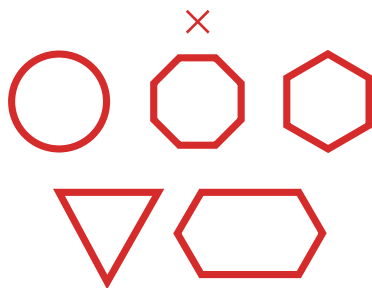
Predajné stánky ako jeden z prvkov verejného priestoru mesta musia spĺňať nároky na estetickú kvalitu. Ich architektonické riešenie musí zodpovedať súčasným trendom a možnostiam - použitá konštrukcia, materiály, ich tvaroslovie a farba, presadzovanie ľahkosti a transparentnosti. Musí citlivo reagovať na architektonické hodnoty mestského priestoru, v ktorom bude osadený. V závislosti od funkcie a miesta osadenia budú predajné stánky z hľadiska tvorby verejného priestoru posudzované mestskými architektmi (Útvár hlavného architekta), Sekciou územného plánovania, Sekciou správy nehnuteľností a Sekciou dopravy. Pri posudzovaní hrá významnú rolu individualita daného verejného priestoru a jeho kvalita.

PÔDORYS

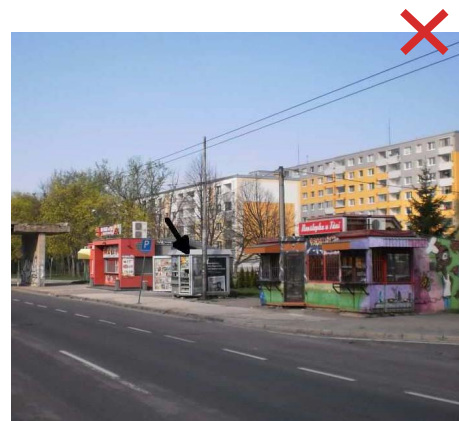
Pôdorys predajného stánku by mal byť flexibilný a účelný, hospodárne disponujúci s plochami na príslušenstvo a obsluhu. Forma pôdorysu by mala byť kompaktná a jednoduchá, členenie stánku z hľadiska predajnej plochy jasné a na prvý pohľad zrozumiteľné. Interiér stánku zodpovedá jeho funkcii a pri prevádzkach vyžadujúcich zvýšenú hygienu (občerstvenie, príprava jedál) odporúčame z hľadiska hygieny a trvanlivosti nerezové pulty a zariadenia.



konceptia interiéru stánku by mala zodpovedať jeho funkcii. Mal by byť flexibilný, účelný, ľahko udržiavateľný disponujúci s dostatočnými a ľahko dostupnými plochami a priestormi.



nevhodné pôdorysné tvary či už z hľadiska vnútorného usporiadania alebo vzťahu k okolitému priestoru



rôznorodosť tvarov, farieb a proporcií jednotlivých stánkov vytvára v priestore chaos, ktorý naruša jeho pocitové vnímanie
Bratislava, Kazanská ulica



nevhodná poloha a tvar predajného stánku vzhľadom na okolité prostredie
Bratislava, Kamenné námestie

príklad stravovacieho predajného stánku s hygienicky nezávadným a ľahko udržiavateľným vnútorným priestorom



PREDSTRIEŠKY A MARKÍZY

Nad rámec pôdorysu môžu do hĺbky 1 m vystupovať predstriešky ako ochrana voči poveternostným podmienkam. Predstriešky zo skla pôsobia transparentne, zvyšujú podiel denného svetla v prevádzke a umožňujú lepší kontakt s priestorom v okolí stánku. Prístrešky z nepriehľadných materiálov zas umožňujú osadenie osvetlenia.

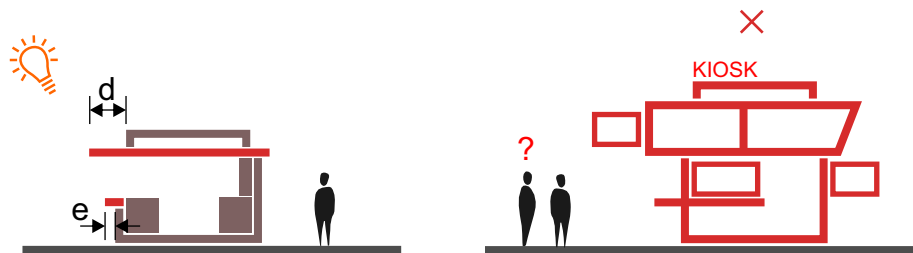
V prípade potreby ďalšieho slnečného zatienenia v letných mesiacoch (markíza, žalúzie a pod.) musia byť tieto farebne decentné bez reklamných nápisov, podobne ako prístrešky s presahom o max. 1 m v časti predajného pultu, resp. v časti určenej na konzumáciu.

PULTY

Predajný pult a pulty na konzumáciu môžu vystupovať z pôdorysu max. do hĺbky 30 cm. Priestory pod pultom môžu slúžiť na integrovanie prvkov ako smetných košov, vitrín a pod.

OCHRANA PROTI VETRU

Na ochranu proti vetru môžu slúžiť zvislé paravány, ktoré neprekročia hĺbku pultov – max. 30 cm. Odporúčame transparentné materiály. Pri výbere konštrukcie je nutné zohľadniť stabilné upevnenie a bezpečnosť (oblé hrany, kompaktné materiály a pod.).



presah striešky v časti predajného pultu by nemal byť väčší ako 1 m, predajný pult môže vysupovať max. 30 cm z pôdorysu stánku

tvár a proporcie predajného stánku musia spĺňať základné estetické danosti, forma musí byť jednoduchá ale zároveň zaujímavá. Nie je vhodné umiestňovať na stánok rôzne vystupujúce časti a konštrukcie, ktoré negatívne pôsobia na jeho celkový vzhľad.



nevhodné prestrešenie rozšírenia predajného stánku a nestetická ochrana proti vetru a dažďu
Bratislava, Ružová dolina



ochrana proti vetru riešená pomocou transparentných panelov
Viedeň

05. MATERIÁL, KONŠTRUKCIA, FAREBNOSŤ

Pri výbere konštrukcie, materiálov a povrchovej úpravy je nevyhnutné uprednostniť trvalé a ľahko čistiteľné materiály s hladkým povrchom. Konštrukčné riešenie a farebnosť by mala vyplynúť z konštrukčných možností a farebných daností použitých materiálov (nerez, sklo...), resp. decentne ich dopĺňať. Dnes sa čoraz viac používa aj drevo so svojou prirodzenou farbou a štruktúrou.

Podľa konštrukcie delíme stánky na

- **rozkladacie**

- **fixné** s otváracími časťami (predajné okienko, dvere)

Rozkladacie stánky sú uzatvárateľné do základnej hmoty a pri prevádzke rozkladateľné, otvárateľné podľa potreby – sklopiteľná predstrieška a pod. Pri fixných konštrukciách sú konštrukčné prvky ako predstriešky alebo zásteny proti vetru fixované a ich poloha je nemenná. Trendom sú rozkladateľné stánky, ktoré v čase zavretia prevádzka pôsobia vo verejnom priestore hmotovo minimalisticky, nenápadne a decentne, vid'. príklad z Londýna.

Z uvedeného vyplýva, že predajné stánky môžu byť riešené individuálne a profesionálne zvládnutie dizajnu znamená obohatenie verejného priestoru nielen o doplnkovú funkciu, ale môže byť aj estetickým prínosom v mestskom prostredí.



trendom sú rozkladateľné stánky, ktoré, v čase mimo otváracích hodín pôsobia vo verejnom priestore nenápadne a decentne



PRÍKLAD PREDAJNÉHO STÁNKU Z VIEDNE



ROZKLADACÍ STÁNOK, LONDÝN

INFORMAČNÝ STÁNOK, ATTICA, GRÉCKO

zdroj:<http://www.wastetime.com/2013/03/26/promotional-kiosk-for-occ/>

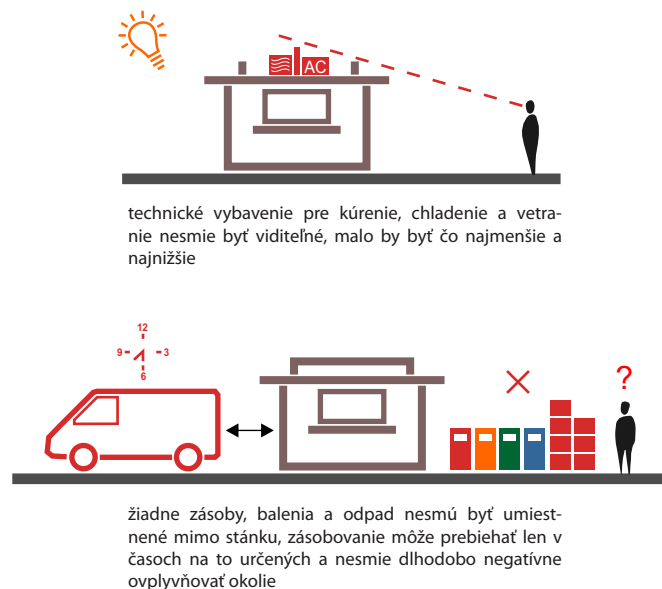


06. TECHNICKÉ VYBAVENIE, ZÁSODOVANIE, ODPAD

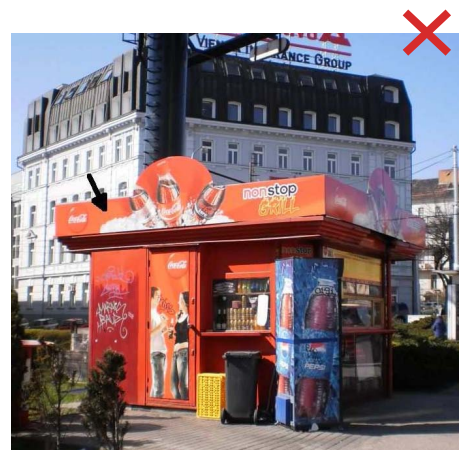
Technické vybavenie na kúrenie, chladenie a vetranie je pre ľahké konštrukcie nevyhnutnosťou. Tieto zariadenia nesmú byť viditeľné, mali by byť čo najmenšie a najnižšie, vhodné je ich integrovať do konštrukcií stropu, strechy alebo stien stánku.

Zásobovanie a odstraňovanie odpadu v žiadnom prípade nesmie negatívne ovplyvňovať život vo verejnom priestore, obmedzovať jeho užívateľov, dlhodobo zaberať priestor, nechávať naštartované dodávky a pod. Všetky zásoby, balenia a pod. musia byť umiestnené v predajnom stánku a nie je možné ich skladovať mimo neho. Biologický odpad musí byť uzavretý v špeciálnych nádobách na to určených.

V stánku ani v jeho blízkosti sa nesmú umiestňovať mobilné sanitárne zariadenia – WC.



integrácia smetných košov a vitrín do priestoru pod pul-
tom - príklad z Viedne



príklad nevhodného umiestnenia doplnkových prvkov pre-
dajného stánku
Bratislava, Šancová ulica



nevhodné umiestnenie technického zariadenia predajného
stánku, nebezpečne zasahuje do priestoru
Bratislava, Seberíniho ulica

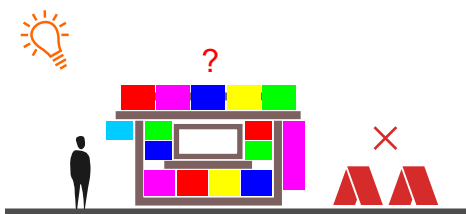
07. REKLAMA, OSVETLENIE

Reklama – fólie, tabule, sortiment vo vitrínach a pod. je pre stánok nevyhnutná, ale aj tu platí pravidlo „menej je viac“. Estetická a primeraná reklama na výber z produktov pôsobí oveľa pútavejšie ako koláž všetkého, čo stánok ponúka. Jasná a prehľadná ponuka na tabuli so sortimentom a cenami patrí ku každému stánku. Individuálne vitríny upozornia viac na sortiment ako pohľad na „prepchané“ regály. Transparencia dovnútra kioska s cielene a esteticky usporiadaným sortimentom v hygienicky nezávadnom interiéru je tou najlepšou reklamou.

Reklamné zariadenia môžu byť umiestňované:

- nad predajným okienkom do výšky predstriešky
- v priestore pod pultom – do hĺbky 30cm
- v páse vedľa okienka

Je zakázané upozorňovať na sortiment mimo objektu predajného stánku formou dvoj alebo trojnožiek resp. inou voľne stojacou reklamou.



pri umiestňovaní reklamy na stánku platí pravidlo menej je viac, reklama musí byť jasná, prehľadná a estetická, je zakázané umiestňovať reklamu mimo stánku



reklamné plochy môžu byť na predajnom stánku umiestnené na stene s výdajným pultom - nad predajným okienkom, vedľa okienka a v páse pod pultom. Je nežiadúce umiestňovať reklamné plochy na bočné a zadné steny stánku



kultivované osadenie reklamy / označenia stánku bez ďalších záberov plôch neestetické reklamy
Viedeň



výrazná reklama svojou farebnosťou a veľkosťou pôsobí v priestore skôr rušivo a vtieravo
Bratislava, Romanova ulica



predimenzovanie plôch agresívnej reklamy na malom predajnom stánku
Bratislava, Šafárikovo námestie

OSVETLENIE

Osvetlenie interiéru má byť primerané pracovným podmienkam, exteriér má pôsobiť príjemne, sortiment má byť pri kúpe alebo konzumácii jasne viditeľný. Pri osadzovaní reklamy je nevyhnutné dbať na primerané osvetlenie reklamných plôch, tieto „nepresvietiť“. Pre predajný stánok s prevádzkou vo večerných a nočných hodinách je dôležité nočné osvetlenie. Toto nesmie negatívne vplývať na vnímanie verejného priestoru, konkurovať osvetleniu historických stavieb a artefaktov.

Je nevhodné viesť elektroinštaláciu po povrchu alebo pripájať sa na zdroj vzdušným vedením.



osvetlenie stánku môže dopomáhať k presvetleniu verejných priestorov
New York, USA



osvetlenie a ruch v spojení s predajným stánkom nesmie v nočných hodinách negatívne vplývať obyvateľov v okolitých budovách
Hong Kong



osvetlenie musí byť primerané, nesmie negatívne ovplyvňovať okolie a ľudí hlavne nočných hodinách, nie je vhodné viesť el. prípojku vo vzduchu alebo po povrchu

08. PREDAJNÉ STÁNKY V HISTORICKOM PROSTREDÍ

Situovanie a dizajn predajných stánkov v historicky hodnotnom prostredí je podmienený veľmi citlivým prístupom, voľbou tvaru, materiálov, farebnosťou, osvetlenia a pod. Tieto majú pôsobiť skôr decentne a nevťieravo, nesmú konkurovať historickým budovám, odporúča sa uplatniť súčasný architektonický slovník alebo citlivo prebrať inšpirácie z historického prostredia. V historických zónach miest sa uplatňuje jednotný dizajn, pozitívna je snaha integrovať rôzne doplnkové funkcie do jednej štruktúry - napr. novinový stánok a stánok občerstvenia s požičovňou bicyklov a pod.



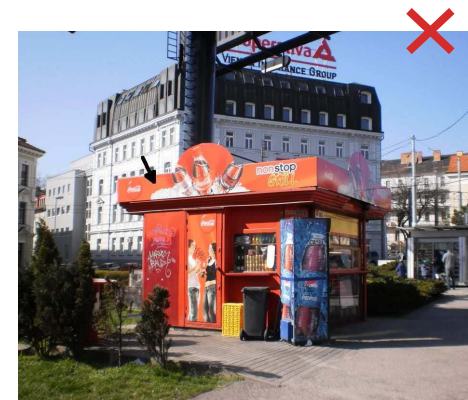
príklad integrácie viacerých stánkov do jedného predajného bodu, hmotovo a výrazovo v súlade s historickým prostredím
Berlín, Nemecko



PREDAJNÉ STÁNKY, 20. ROKY 20. STOROČIA
BRATISLAVA, KAMENNÉ NÁMESTIE
zdroj: <http://www.ba.foxy.sk/index.php?cat=0>



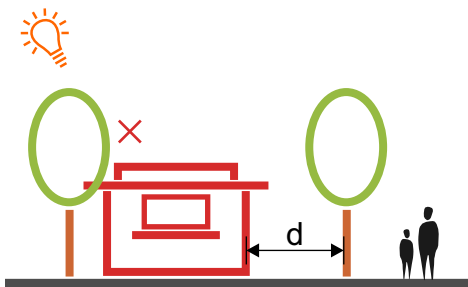
nevhodné tvaroslovné a farebné riešenie predajných stánkov v kontexte historického prostredia
Bratislava, Šafárikovo námestie, Šancová ulica



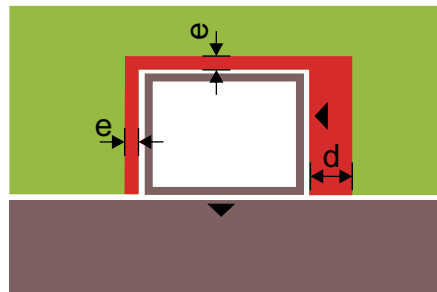
09. PREDAJNÉ STÁNKY NA ZELEŇÝCH PLOCHÁCH

Umiestňovanie predajných stánkov na zelených plochách, v parkoch a pod., je povolené len vo výnimočných situáciách. Toto podlieha osadeniu dočasných a mobilných stánkov. Umiestnenie trvalého predajného stánku na zelenej ploche je možné len v súvislosti s doplnkovým vybavením zastávok mestskej hromadnej dopravy. Každé takéto umiestnenie je potrebné odsúhlasiť zo strany magistrátu.

Predajný stánok musí byť na zelenej ploche umiestnený tak, aby v minimálnej možnej miere zaberal túto plochu a aby neobmedzoval rast okolitých rastlín a stromov. Minimálna vzdialenosť od kmeňov stromov nesmie byť menšia ako 3m, ale zároveň nesmie stánok svojim objemom a výškou zasahovať do rozvetvenia koruny stromu. V prípade umiestnenia prevádzkového vstupu do stánku zo zelenej plochy, je potrebné k tomuto vstupu vytvoriť spevnenú plochu s maximálnou šírkou 90cm (napr. zámková dlažba). Okolo stánku je vhodné zrealizovať okapový chodník so šírkou max. 30cm. Prístup k výdajnému pultu a čakanie zákazníkov musia byť realizované výlučne z existujúcej spevnenej plochy resp. chodníka.



minimálna vzdialenosť predajného stánku od kmeňa stromu musí byť 3m, hmota objektu nesmie zasahovať do rozvetvenia koruny drevín alebo kríkov



plocha pre prístup do stánku nesmie byť širšia ako 90cm, vhodné je okolo stánku zrealizovať okapový chodník s maximálnou šírkou 30cm



neprípustné umiestnenie predajného stánku na zelenej ploche bez náväznosti na zastávku hromadnej dopravy
Bratislava, Zadunajská cesta



PREDAJNÝ STÁNOK V PRÍRODNOM PROSTREDÍ,
AUSTIN, TEXAS

zdroj: <http://www.miardsconstruction.com/projects/lady-bird-johnson-wildflower-center-kiosk>

10. SEZÓNNE A MOBILNÉ PREDAJNÉ STÁNKY

V období od 1. októbra do 31. marca sa na území mesta povoľuje osadzovať predajné miesta pre pečené zemiaky a gaštany ako aj vianočný punč. Aj tieto podliehajú dočasnému povoleniu na zabratie verejného priestoru.

Mobilné stánky sú v Bratislave tiež tradíciou. Bratislavčania poznajú bicyklové predajne zmrzliny alebo v súčasnosti predajne kávy.



mobilný stánok oblepený reklamou a slnečníkmi pôsobí vo verejnom priestore rušivo
New York



pojazdný stánok s kávou s vhodnou reklamou vyrobený z ľahko udržiavateľných materiálov



mobilný stánok s predajom gaštanov v uliciach Bratislavy



tendencia situovať do mesta atraktívne repliky historických artefaktov by sa mala časovo ohraničiť na primerané podujatia, resp. vo výnimočných prípadoch dočasného umiestnenia



SEZÓNNE PREDAJNÉ STÁNKY NA VIANOČNÝCH TRHOCH
BRATISLAVA, HLAVNÉ NÁMESTIE
zdroj: <http://www.vianoce.bratislava.sk/gp?id=balapce-1025>

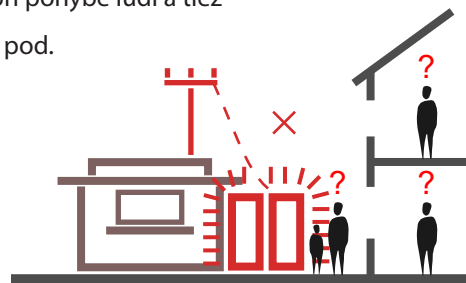
11. PREDAJNÉ AUTOMATY

Predajné automaty sú technické a technologické zariadenia určené na prevádzkovanie živnosti alebo súvisiace s prevádzkovaním živnosti, ktoré vydávajú tovar za odplatu. Umiestnené sú v priestoroch prístupných verejnosti. Môžu slúžiť na predaj balených výrobkov občerstvenia, teplých alebo studených nápojov, suvenírov, hračiek a pod. Predajné automaty umiestňované na verejných priestranstvách, zástavkách MHD a pod. by podobne ako predajné stánky mali byť z funkčného a estetického hľadiska pre verejný priestor prínosom a nie jeho záťažou. Umiestnenie predajného automatu preto v základných kategóriách musí spĺňať nasledovné požiadavky:

- dizajnovy aj technicky by mali zodpovedať súčasným trendom a technickým možnostiam.
- predajné automaty určené do exteriéru sú dizajnovy aj materiálovo prispôsobené odolávať nepriazni počasia a nie je potrebné ich akýmkoľvek spôsobom obkladať, obaľovať a pod.
- jeho umiestnenie musí byť posudzované z hľadiska prístupu z peších trás alebo v rámci pobytových priestorov (zastávka MHD a pod.)
- nesmie pôsobiť rušivo a negatívne ovplyvňovať alebo obmedzovať spôsobom prevádzky, nevhodným osvetlením a pod. svoje okolie
- jeho umiestnenie nesmie byť prekážkou pri pohybe ľudí a tiež nesmie zasahovať do únikových pruhov a pod.



pôdorysná plocha predajného stánku by nemala presiahnuť 1m² (A1xB1), výnimkou sú automaty, ktorých súčasťou sú nádrže na nápoje alebo mlieko (napr. mliečny automat a pod., tieto môžu mať plochu max. 3m² (A2xB2))



je nepripustné viesť elektroinštaláciu / el. prípojku do automatu vzdušným vedením alebo po povrchu, automat nesmie negatívne ovplyvňovať okolie



nevhodné tvaroslovné predajného automatu v kontexte historického prostredia
Bratislava, Staromestská ulica, zastávka Zochova
zdroj: <https://www.odkazprestarostu.sk/bratislava/podne-ty/16955/mliecnny-automat>



svojim vzhľadom pôsobí automat na sviečky v prírodnom priestore rušivo a taktiež by nemal byť umiestnený na zelenej ploche
Bratislava, Krematórium
zdroj: <http://marianum.sk/index.php?ids1=2012&ids2=1191>

Predajné automaty by sa mali umiestňovať ako doplnková funkcia na verejných priestranstvách, na zastávkach MHD, trhoviskách a pod. Je nevhodné, aby takýto automat dopĺňal funkciu predajného stánku. Samostatne stojace predajné automaty je potrebné z hľadiska bezpečnosti zaistiť voči posunutiu a vyvráteniu. Viaceré radiť vedľa seba s dostatočnými medzipriestorom na manipuláciu (doplnenie zásob a pod.). Predajné automaty nie je možné umiestňovať na plochách zelene.

Tento manuál sa vzťahuje na všetky predajné automaty vo verejnom priestore s výnimkou účelových automatov na predaj lístkov pre verejnú dopravu.

12. POŽIADAVKY NA POVOĽOVANIE

Predajný stanok musí spĺňať požiadavky tohoto manuálu. Predmetom nájmu je pozemok ohraničený ortogonálnymi (pravouhlými) priemetmi vonkajšieho líca všetkých zvislých a vodorovných konštrukcií (pultu, predstriešky a pod.) do vodorovnej roviny. V prípade stánkov, ktoré si nárokovujú ďalšie zaberanie verejného priestoru formou vyloženia kvetín, zeleniny a pod., je aj tento priestor potrebné presne v prepojení na zastavaný pozemok stánku zadefinovať a aj táto plocha je predmetom nájmu. Pozemok sa štandardne prenajíma na dobu neurčitú.

Nájom pozemku za účelom umiestnenia predajného stánku podlieha v súlade so zákonom č. 138/1991 Zb. o majetku obcí v znení neskorších predpisov schváleniu mestským zastupiteľstvom hlavného mesta SR Bratislavy.

POSTUP NA VYBAVENIE ŽIADOSTI

Pri umiestňovaní predajných stánkov na území HM SR Bratislavy, je potrebné podať žiadosť o prenájom plochy za účelom osadenia stánku, ktorá musí obsahovať:

- **žiadosť** – v ktorej sa uvedie nájomca, resp. poverený žiadateľ (musí priložiť platnú plnú moc z zastupovaniu nájomcu): názov a sídlo nájomcu, navrhovanú dobu nájmu, predajný sortiment a prevádzkové hodiny, bankové spojenie, identifikačné údaje nájomcu – IČO, DIČ, uvedenie kontaktnej osoby s telefónnym číslom resp. zodpovednej osoby, ktorá bude konať za nájomcu (aj ktorá bude podpisovať zmluvu, v prípade, že osoba nebude štatutárnym zástupcom, musí byť doložené písomné splnomocnenie na tento úkon), e-mail, prípadne iné údaje, ktoré považuje žiadateľ za podstatné,
- **doklad o oprávnení podnikat'** - živnostenský list, právnická osoba výpis z Obchodného registra,

- **kópiu z katastrálnej mapy** - v kópii musí byť zakreslené navrhované umiestnenie stánku s rozmermi odstupov od okolitých budov, od hrany komunikácii, plôch zelene, oplození, zábradlí, prístreškov MHD a pod., určenie vzdialenosti od vozovky, pôdorysné okótovanie stánku, zakreslenie dopravných značiek, stožiarov verejného osvetlenia, stožiarov svetelných signalizačných zariadení a iných zariadení pevne spojených so zemou do vzdialenosti 10 m od plánovanej polohy stánku,
 - **dokumentáciu k situovaniu a vizuálu stánku** – pôdorys a vizualizácia stánku pohľady na stanok s osadením reklamných plôch, rozmermi, technický popis použitých materiálov, napojenia na elektrickú energiu, odber vody a stočné,
 - **písomné vyjadrenie príslušnej mestskej časti** k podnikateľskému zámeru.
- V prípade, že žiadosť nie je úplná je žiadateľ vyzvaný na doplnenie žiadosti.

PRACOVISKO NA PODANIE ŽIADOSTI:

Služby občanom / Front Office

prízemie Magistrátu hl. m. SR Bratislavy

Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava

adresy | kontakty:

nájom pozemkov

za účelom osadenia predajného stánku napojeného na sieť technickej infraštruktúry

zabratie verejného priestoru

za účelom osadenia predajného stánku bez napojenia na inžinierske siete

Sekcia správy nehnuteľností

Magistrát hlavného mesta SR Bratislavy

Primaciálne námestie 1, 814 99 Bratislava

www.bratislava.sk

Sekcia dopravy

Magistrát hlavného mesta SR Bratislavy

Primaciálne námestie 1, 814 99 Bratislava

www.bratislava.sk

LEHOTY NA VYBAVENIE

Lehota pre uzavretie nájomnej zmluvy nie je určená.

INDIVIDUÁLNE POSUDZOVANIE

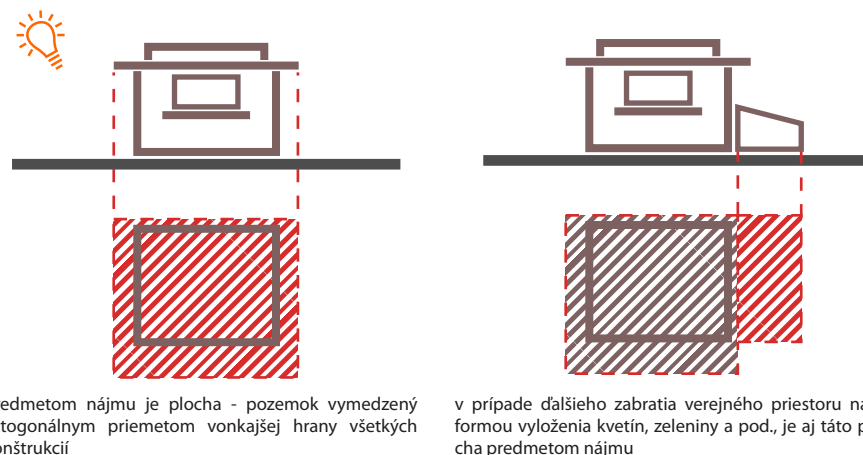
Z dôvodu rôznorodosti mestského prostredia a vzhľadom na rozdielne situácie, vzťahy a podmienky v územiach, sú návrhy vizuálu predajných stánkov v kontexte ich osadenia vo verejnom priestore posudzované individuálne mestskými architektmi - Útvárom hlavného architekta, Sekciou územného plánovania, Sekciou správy nehnuteľností a Sekciou dopravy.

STAROSTLIVOSŤ O PREDAJNÝ STÁNOK

Medzi základné povinnosti vyplývajúce z nájomnej zmluvy patrí starostlivosť o čistotu samotného predajného stánku vo vlastníctve nájomcu, ako aj jeho najbližšieho okolia. Majiteľ stánku je povinný udržiavať stánok v dobrom technickom stave. Tieto požiadavky budú súčasťou zmluvy o nájme pozemku. V prípade, že nájomcovia nebudú túto povinnosť rešpektovať, pristúpi hlavné mesto k prehodnoteniu zmluvného vzťahu resp. jeho ukončeniu a odstráneniu predajného stánku z pozemku vo vlastníctve Hlavného mesta SR Bratislavy.

OZNAČENIE STÁNKU

Objekt predajného stánku musí byť na viditeľnom mieste (napr. na vchodových dverách) označený identifikačnými údajmi obsahujúcimi meno alebo názov vlastníka a prevádzkovateľa a kontaktné údaje ako poštová adresa, telefónne číslo a email. Pri zmene týchto údajov je potrebná ich aktualizácia.



13. SÚČASNÉ TRENDY PREDAJNÝCH STÁNKOV

V súčasnej dobe sú predajné stánky z architektonického hľadiska veľmi citlivo vnímané a dotvárajú verejný priestor nielen hmotovo a architektonicky ale aj funkčne. Trendom je hľadať vysoko hodnotné výtvarné až skulpturálne riešenia, kde je v čase prevádzky táto forma otvárateľná (mimo prevádzky ostáva kompaktná). Architektonické riešenie musí zohľadňovať prostredie a vhodným spôsobom vytvárať nový akcent, ktorý dopomáha nielen k orientácii ale aj k zvyšovaniu kvality verejných priestorov.

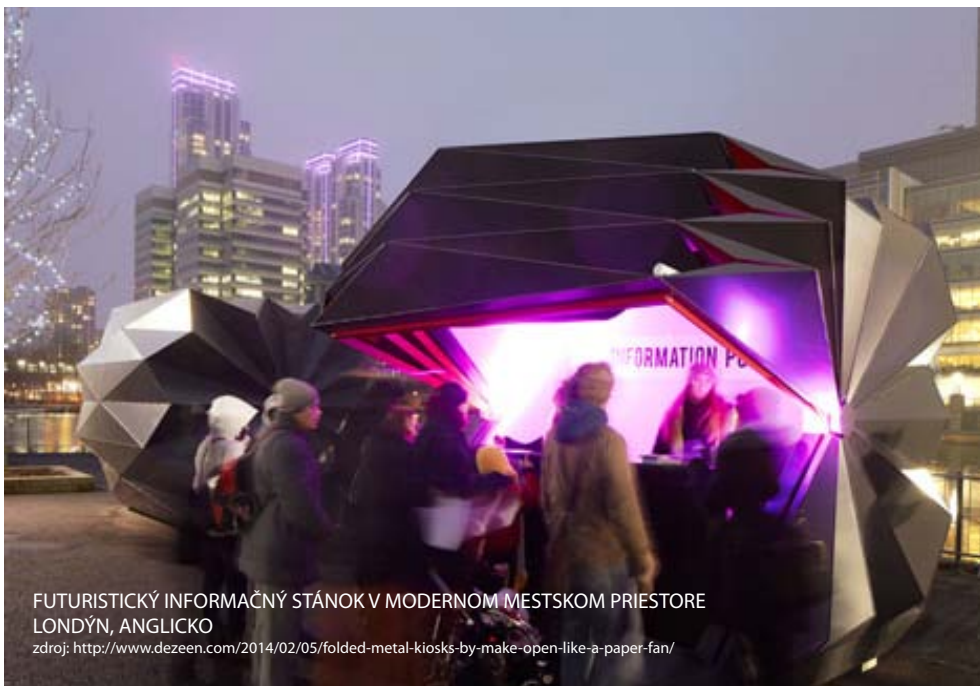
Okrem hmotovo-priestorových trendov, čím sú napríklad rozkladacie stánky, je tiež v súčasnej dobe v popredí snaha integrácie viacerých funkcií do jedného objektu stánku. Monofunkčné predajné stánky strácajú na rentabilite a atraktivite, takisto anonymný predaj cez malé a často aj zamrežované okienko už nie je v modernom vnímaní príťažlivý z hľadiska upútania pozornosti zákazníka a zvyšovania predaja. Zákazníci chcú často vnímať kupovaný tovar všetkými zmyslami. Z týchto dôvodov je tiež trendom sprístupniť vnútorný priestor stánku cez vchod, kde po vstupe čaká zákazníka rôznorodá ponuka tovaru cez tlač, tabakové výrobky, drobné občerstvenie, nápoje, darčkové predmety, suveníry a pod.

V súčasnosti je nevyhnutná spolupráca mesta s prevádzkovateľmi predajných stánkov v intenciách šírenia technológií "Smart City" (inteligentných systémov pre sprístupnenie dopravy, parkovania, kultúrnych podujatí a pod.), napríklad využitie stánku ako predajné miesto Bratislavskej mestskej karty, lístkov a "električieniek" mest-skej hromadnej dopravy, parkovacích lístkov, vstupeniek na koncerty a kultúrne podujatia alebo ako mestské informačné miesto formou interaktívnych panelov, dotykových máp, zvukových informácií a pod.

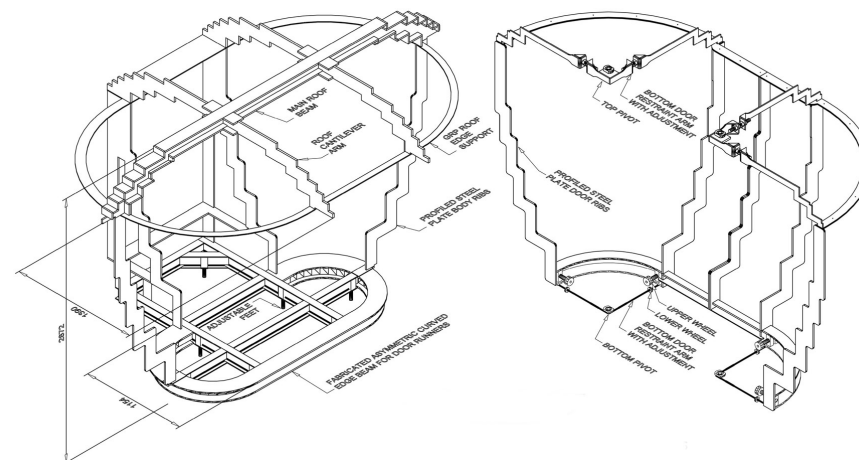


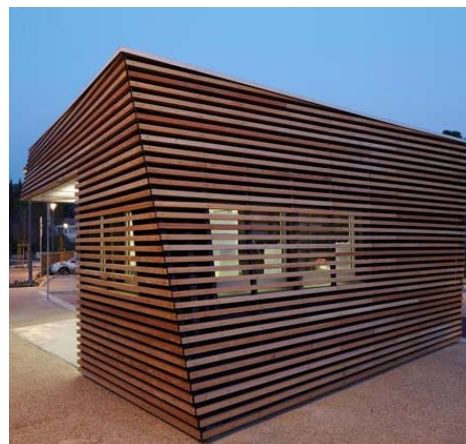
PREDAJNÝ STÁNOK KVETINÁRSTVA, LONDÝN, ANGLICKO

zdroj: <http://www.dezeen.com/2014/01/23/undulating-timber-slats-surround-london-flower-kiosk-by-buchanan-partnership/>



NOVINOVÝ STÁNOK, LONDÝN, ANGLICKO
zdroj: <http://www.heatherwick.com/paper-house/>





STÁNOK S INTEGROVANÝM PLATOBNÝM TERMINÁ-
LOM, WC A KANCELÁRIOU
AIX-EN PROVENCE, FRANCÚZSKO
zdroj: <http://www.dezeen.com/2011/07/20/parking-attendant%E2%80%99s-pavilion-by-jean-luc-fugier/>



PREDAJNÝ STÁNOK SO ZELENOU STRECHOU
AUSTIN, TEXAS
zdroj: <http://www.miardsconstruction.com/projects/lady-bird-johnson-wildflower-center-kiosk>



14. ZÁVER

Predajné stánky na území HM SR Bratislavy tvoria neoddeliteľnú súčasť verejného priestoru. V pozitívnom zmysle vtedy, keď dopĺňujú občiansku vybavenosť v miestach, kde sa zhromažďujú väčšie množstvá ľudí ako sú námestia, zastávky MHD a pod. V Bratislave došlo k prehusteniu tejto formy služieb a predajné stánky sa stali súčasťou negatívneho vizuálneho smogu v hlavnom meste. Tento manuál chce prispieť k skvalitneniu verejného priestoru a zavedeniu pravidiel pri osádzaní resp. premiestňovaní predajných stánkov, ako aj ich vizuálneho stvárnenia v kontexte s mestským priestorom, kde sa nachádzajú.

Významnou zmenou bude ich postupná redukcia, optimalizovanie ich situovania a zvýšenie nárokov na ich estetické stvárnenie, ako aj dodržiavanie čistoty v rámci samotného stánku a jeho okolí.

Keďže dochádza k záberu verejného priestoru, predajné stánky podliehajú schvaľovaciemu procesu pre nájom pozemkov HM SR Bratislavy.

Pre realizáciu a osadzovanie predajných stánkov do verejného priestoru musia byť splnené tieto základné kritéria:

- musia byť postavené bez základu a byť transportovateľné,
- predstavujú doplnkovú občiansku vybavenosť v území,
- dizajn a vizuálne stvárnenie musí zodpovedať vysokým nárokom, návrhy podliehajú schvaľovaniu magistrátom a každý zámer je individuálne posudzovaný mestskými architektmi (UHA),
- vo verejnom priestore nesmú pôsobiť rušivo, naopak spolu s novou funkciou by mali do neho vniesť vysokú architektonickú kvalitu vrátane použitých materiálov a z toho vyplývajúcej farebnosti,
- v pamiatkovo chránených zónach sú posudzované aj Krajským pamiatkovým úradom,
- neohrozujú užívanie verejného priestoru a neobmedzujú jeho ďalší rozvoj.

Hl. mesto si vyhradzuje právo vyzvať nájomcov na zlešenie stavu predajného stánku, resp. jeho výmeny za stánok manuálu zodpovedajúci. Ak bude vypísaná súťaž pre lokalitu na vizuál predajných stánkov, víťazný návrh by mal byť záväzný pre všetky stánky v danej lokalite. V prípade, že konkrétny predajný stánok, resp. viacere predajné stánky sú v danom prostredí osadené nevhodne, pôsobia rušivo, majú nevhodnú farebnosť, boli použité nevhodné materiály, neestetické reklamné plochy a pod., hl. mesto vyzve k výmene stánku. Obdobne bude postupovať pri revitalizácii verejných priestorov, parkov a námestí. Týka sa to všetkých predajných stánkov na území hlavného mesta osadených do decembra 2015.

V prípade osadzovania nových stánkov ich treba riešiť len na základe manuálu s následným schválením na Útvare hlavného architekta, Sekcii územného plánovania, Sekcii správy nehnuteľností a Sekcii dopravy.

autori:
Ing. arch. Ingrid Konrad
Ing. arch. Ivan Varga

spolupráca:
Ing. Miroslav Bialko

marec 2016