



Strategie kultivace pro Brandýs-Boleslav

Naše kultivovaná města

K čemu je strategie kultivace?

Kultivace města je vždy komunikační projekt. Primárně nejde o konkrétní druh estetiky, ale o společenský konsenzus a vzájemnou spolupráci.

Tato strategie byla vytvořena pro vedení města Brandýs nad Labem-Stará Boleslav v říjnu roku 2023. Slouží jako rozcestník kroků, které je vhodné realizovat ve veřejném prostoru města. Jde o komplexní cestu ke kultivaci města jako prostoru k setkávání, prožívání a vzájemnému respektu. V jádru je spokojenost občanů, proto je extrémně důležitá komunikace celého projektu směrem k veřejnosti. Kultivace nestojí na osobní citlivosti vůči designu, jde o podvědomé působení celku složeného z velkého množství detailů.

Nejpodstatnější je pravidelná, velmi důkladná péče o každý detail veřejného prostoru. Situaci neřeší megalomanské investice, ale pečlivá, kontinuální údržba. Každý krok by měl být vždy nazírán touto optikou. Nejde o homogenizaci, ale o aplikování základních pravidel. Realita vždy vygeneruje velké množství odchylek, chyb i „kreativních“ řešení. Proto není potřeba bát se příliš uspořádaného prostředí. Na fotografii vpravo je striktní regulace barev markýz v Bruselu (2013).

Jedná se o podobný princip, jako jsou pravidla pro dopravu. To, že máme pravidla, ještě neznamená, že je všichni dodržují ani že vždy stoprocentně fungují. Jde tedy o to, nastavit vše maximálně chytře, efektivně a úsporně. A slavit na sociálních sítích každý malý úspěch, který se povede propsat do terénu města.



Na obrázcích vpravo je vidět princip změny. Jde o fiktivní příklad, který ilustruje vztah většiny lidí k vizuální kvalitě veřejného prostoru. Na základě líbivosti a atraktivity prostředí vybíráme například dovolenou a je důležité uvědomit si, že celý rok trávíme v prostředí, které je informačně zahlcené a chaotické. Cílem je proto vytvořit kvalitní prostředí pro každodenní život a nespoléhat na odpočinek jednou za rok.

Řada míst a měst, která hodnotíme jako atraktivní, má často velmi striktní regulace a nekompromisní pravidla (Paříž, Londýn, New York a přes 1 500 dalších měst po celém světě). Není vhodné zaměňovat chaos za svobodu.





Čeho chceme dosáhnout?

Optimálním výsledkem jsou spokojenější obyvatelé s dobrým vztahem k místu, kde žijí. Kultivované město je plné míst, kde člověk chce trávit čas a cítí se dobře. V zanedbaném prostředí jsou lidé demotivovaní, neschopní a neochotní pracovat a podílet se na řešení společenských problémů. Dlouhodobý pobyt v chaotickém prostředí poškozuje vztahy a ze zoufalství občas vznikají i separované části měst a uzavřené čtvrti. Tyto problémy pak poškozují základní principy demokracie jako setkávání s jinakostí. V jádru projektu je vždy člověk a jeho spokojený život, základní principy a procesní opatření, která tomu napomáhají. Žádná konkrétní estetika. Na fotografii vlevo je příklad odstranění bariér ze zahrádek a lepší propojení s okolím (Brno).

Na co si dát pozor?

Zásadní je pohlídat si kombinaci kontroverzních kroků s pozitivními. Strategie kultivace je projekt pozitivní motivace, ne perzekuce podnikatelů. Pravidla a předvídatelná veřejná správa podnikání vždy prospívají, proto je klíčové celý projekt dobře komunikačně uchopit. Veřejné participace, diskuze s občany, podnikateli, motivační programy a dotace jsou procesně náročné, ale projekty díky nim dávají větší smysl a vedou k větší spokojenosti všech stran. Důležité je také nezapomenout na fotodokumentaci každého kroku a důslednou propagaci výsledků. Málokdo si všimne drobné změny ve známém prostředí, jde o tzv. „provozní slepotu“. Fotografie jsou pro tento účel ideálním řešením. Před volbami se pak jen připomenou a sečtou veškeré úspěchy z celé strategie.

*Co je skvělé
v Brandýse-Boleslavi?*

Co je skvělé v Brandýse-Boleslavi?



Historické kulisy, které mají spoustu příležitostí k rozvoji. Obě města mají unikátní památky přirozeně zasazené do města a každodenního života, nejsou odtržené na kopci nebo mimo rezidenční oblasti.



Zajímavé a fungující podnikatelské koncepty jako zárodek osobité gastro scény. To bude dobré v projektech podpořit.



Řeka a její okolí jako spojnice obou měst a prostor k setkávání.



Město splňuje moderní urbanistický koncept 15 minutového města, o který všichni usilují, v Brandýse-Boleslavi je v podstatě hotovo. Je to skvělý základ.

Co obsahuje tato strategie?

Odpady

OBJEKT Kontejnery na komunální a tříděný odpad PROBLÉM Kontejnery jsou často jediným místem k setkávání v okolí, ale degradují celý prostor okolo.	ŘEŠENÍ Je vhodné kontejnery bud nahradit podzemními nádobami, nebo je umístit do kleci, které je částečně nebo zcela zakryjí. Nemusí jít o drahé konstrukce, může jít o plechové ohrádky nebo stříšky s dřeváním s motivem loga nebo vizuálního stylu.	PŘÍLEŽITOST Město se zbaví nevhledných utilitářských prvků. Design kleci by měl navazovat na design městského mobiliáře (barva, materiál, tvarosloví apod.).
---	--	--



Na následujících stranách je přehled vybraných největších příležitostí ke změně doprovozených ilustračními fotografiemi.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POSÍ	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
VEDENÍ STRATEGIE	Pravidelné prezentace pro novináře a veřejnost	-	<ul style="list-style-type: none"> Je nutné pravidelně evalovat celý projekt, je vhodné vydávat tiskové zprávy, prezentovat výsledky na webu a sociálních sítích. Velmi důležitá je posloupnost a správný mix kontroverzně vnitřních nových pravidel a nekonfliktní pozitivní kultivace. 	Starosta, rada města ve spolupráci s PR oddělením radnice	PROCESNÉ STŘEDNÍ	<ul style="list-style-type: none"> Sezení s novináři, tiskové zprávy Eventy pro veřejnost Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Velikost projektu kultivace příjmá klidně optimální chápání kontroverzní kroky jako součást většího projektu
NASTAVENÍ PRVIDEL	Outdoorová reklama	Plachty	POSÍ: Ide o plastové reklamní plachty různých velikostí, které jsou upisovány horizonticky a nemají nosnou konstrukci. Nelijou v průběhu stavebního obdoba a ten je nemůže regulovat. MAPOVÁNÉ: Je nutné zmapovat nosítko všech velikostí a učídat si přehled o všech majitelích a umístění plachet. PRAVIDLA: Dohoda s firmami, které plachty používají k inzeraci, nabídka jiného typu propagace. KONCEPCIE: Neut vchod. DOHLED: Terén by měl dozorovat správce urbanistického detailu a hildat, že všechni drží slovo a dohoda je fér.	Starosta Správce urbanistického detailu	PROCESNÉ VYŠÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Mapa s umístěním všech nosítek v městském interním systému Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Očitění veřejného prostoru od veřejné agresi a neekologické formy reklamy. Je možné to řešit i nařízením, které vymezí zónu výstavy plachet v Prahy, ale pravidelně to nebude potřeba.
	Plakátovací plochy a rotundy		POSÍ: Plakátovací plochy jsou vytvořeny z jednoduchého konstrukce, zpravidla o velikosti 190 x 125 cm. Tato velikost zahrnuje jakýkoli nosítko, na které se vylepuje plakaty od velikosti A4 do velikosti A1 formátu papíru. To je zásadní rozdíl mezi plakátovací plochou a billboardem. Rotunda je kultára verzí plakátovací plochy, bud se skleněným pláštěm, nebo bez něj. MAPOVÁNÉ: Plakátovací plochy zpravidla vlastní soukromá agentura, byvá jich i víc. Je požádáno si vyzádat data agentury a porovnat je se stavem v terénu. Zmapovat a zanést všechny existující nosítko do interního systému, který bude spravovat stavební úřad. PRAVIDLA: Je požádáno vyjednat s majitelem změny umístění i designu. KONCEPCIE: Koncepte pro umisťování a design všech plakátovacích ploch a rotund. Součástí musí být i materiálové řešení nosítek v návaznosti na mobilní.	Soukromá agentura nebo městská organizace	PROCESNÉ VYŠÍ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Nová koncepte pro design nosítek 	Plakátovací plochy mají adekvátní umístění a design, který navazuje na mobilitu okolo nich. Veřejný prostor působí koherenčně.
	Horizonty na sloupech veřejného osvětlení		POSÍ: Takzvané „horizonty“ jsou nosítko na sloupech veřejného osvětlení, typicky ve výšce očí chodce. Malá zhruba 60 x 90 cm, tedy klasický rozdíl mezi plakátem o velikosti A1. Existují také různé ilegální obdoby tohoto nosítka, které nemají.	Správa technických sítí	PROCESNÉ NÍZKÁ BEZ INVESTICE	Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Bezepečnější a přehlednější veřejný prostor

Poté navazuje tabulka představující strategii pro další interní práci na projektu kultivace. V ní je přehled všech doporučených kroků.

Problémy a příležitosti města

Design provozoven – dotační program

OBJEKT

Obchody, restaurace a další služby

PROBLÉM

Někteří obchodníci by potřebovali pobídku k citlivějšímu zacházení s prostorem města.

ŘEŠENÍ

Vytvoření mini manuálu pro reklamu provozoven, který se použije jako základ dotačního programu. Na základě něj lze šetrně a pozitivním způsobem usměrnit reklamu obchodníků, kteří se sami přihlásí.

PŘÍLEŽITOST

Obchody získají kultivované označení a centrum města bude mít kvalitní kulturu prostoru k setkávání. Malí lokální obchodníci získají větší sebevědomí a budou více konkurenčeschopní.



Některé provozovny mají nedotažené prezentace vlastní značky a poškozuje je to v očích zákazníků.

Ukázka aplikace dotačního programu ze Žďáru nad Sázavou.

Předzahrádky a předsunutý prodej

OBJEKT

Restaurační předzahrádky a předsunutý prodej

PROBLÉM

Některé provozovny zachází při prezentaci do zbytečné agrese a snižuje to hodnotu historického centra města.

ŘEŠENÍ

Město může vydat parametry definující vzhled a materiály všeho, co stojí na pozemku v majetku města (zpravidla jde o všechny nebo většinu chodníků).

PŘÍLEŽITOST

Obchody budou mít lákovou a zároveň malebnou prezentaci, která dobrě dotvoří kouzlo města. Projekt je vhodné kombinovat s nějakou formou pobídky, která částečně vyváží investici obchodníka do nového designu.



Předsunutý prodej je často chaotický a stínění má nevalnou úroveň. Je možné jej zakázat nebo definovat pravidla pro prezentaci co se týká materiálu a rozměrů. Na řadě míst je dost prostorný chodník a není potřeba jej vyloženě zakazovat, stačí jej usměrnit.

Ukázka pravidel pro restaurační předzahrádky s odbarvením slunečníků v Brně. Je možné zvýhodnit nejmenší zahrádky (např. dva stolky a čtyři židle) a poskytnout je zcela zdarma, dobře oživují veřejný prostor.

Denní trhy

OBJEKT

Stánky

PROBLÉM

Obchodníci nabízejí produkty na trzích ve velmi provizorních podmínkách a nabídka není dobře odprezentovaná.

ŘEŠENÍ

Město může pronajímat vlastní stánky a prodejce přimět k jejich používání. Zároveň tím podpoří víc prodejců, kteří by o místo na trzích mohli mít zájem. Může i zajistit kurátorský výběr typů produktů, aby byla nabídka různorodá a dávala smysl.

PŘÍLEŽITOST

Stánekový prodej město oživuje a je uživatelsky velmi oblíbený a vděčný. Město ho může podpořit a rozvinout. Rozmanitá nabídka bude velmi atraktivní a může vytvořit tradici, která se stane legendou.



Některé stánky jsou velmi provizorní (vlevo) a jiné pompézní (vpravo). Bylo by vhodné promyslet lepší urbanismus stánků a přizvat více obchodníků nabídkou sjednocených stolů určité velikosti.

Jednoduché skládací konstrukce ze dřeva na denních trzích, Zelný trh, Brno. Trhy zde probíhají tak dlouho, že daly název celému náměstí. Prezentace probíhá na skládacích dřevěných stolech, které se na noc sklízí. Prezentace mají jednotnou hloubku stolu a mění se jen délka podle přání obchodníka.

Ilegální reklama

OBJEKT

Různé drobné nelegální bannery

PROBLÉM

Nosiče jsou provizorně uchycené, mohou být nebezpečné a devalvují hodnotu legálních ploch. Město z nich nemá příjem.

ŘEŠENÍ

Je vhodné vyjednat s pořadatelem, ať si nosiče lépe hlídá a varovat snížením nebo odebráním dotace. Město může při vyjednávání nabízet vlastní nosiče vyšší kvality a mít z nich zisk.

PŘÍLEŽITOST

Očistí se detaily, které mají výrazný vliv na celkový stav prostoru. Každý takový nosič vzbuzuje dojem, že o místo nikdo nepečeje a lidé mají větší tendenci vandalizovat okolí. Očištěním vzroste celková kvalita okolního prostoru.



Ilegální banner na sloupu veřejného osvětlení.

Nosiče v ideálním případě zmizí, každopádně je potřeba stav terénu pravidelně kontrolovat (to může dělat správce urbanistického detailu).

Plakátovací plochy

OBJEKT

Plakátovací plochy a rondely

PROBLÉM

Plakátovací plochy nejsou v dobré stavu a bylo by vhodné vyjednat s provozovatelem lepší péči a případně jiný design.

ŘEŠENÍ

Některé plochy, které jsou nevhodně umístěné a příliš velké. Je vhodné je nahradit rondelem, který je ze všech stran přístupný a nejmíň blokuje průhledy. Zároveň nevytváří na fasádě špinavou plochu, která budí dojem zanedbanosti v celém okolí.

PŘÍLEŽITOST

Plakátová reklama bude prezentovaná úhledněji, na nosících v barvě okolního mobiliáře, dotvoří tím identitu města.



Příklad plakátovací plochy, která by mohla být nahrazena rondelem

Příklad rondelu. Plakáty mohou, ale nemusí být kryté sklem

Mobiliář

OBJEKT

Koše, lavičky, lampy, sloupky aj.

PROBLÉM

Prvky jsou nejednotné a nemají návaznost v obou městech.

ŘEŠENÍ

Sjednocení mobiliáře bud' v rámci každého města nebo v rámci obou měst. Postupné eliminování nejlacinějších řešení z historických center obou měst.

PŘÍLEŽITOST

Mobiliář dobře dotvoří novou vizuální identitu.



Ukázka laciného odpadkového koše a zbytku mobiliáře ve stříbrné barvě ve Staré Boleslavi.

Příklad sjednocení barvy nátěru mobiliáře v Brandýse nad Labem.

Odpady

OBJEKT

Kontejnery na komunální a tříděný odpad

PROBLÉM

Kontejnery jsou často jediným místem k setkávání v okolí, ale degradují celý prostor okolo.

ŘEŠENÍ

Je vhodné kontejnery bud' nahradit podzemními nádobami, nebo je umístit do kleci, které je částečně nebo zcela zakryjí. Nemusí jít o drahé konstrukce, může jít o plechové ohrádky nebo stříšky s děrováním s motivem loga nebo vizuálního stylu.

PŘÍLEŽITOST

Město se zbaví strakatých utilitárních prvků. Design klecí by měl navazovat na design městského mobiliáře (barva, materiál, tvarosloví apod.).



Kontejnery a popelnice umístěné ve shluku vždy působí trochu zanedbaně a zašpiněně.

Kontejnery kryté plechem, konstrukcí, případně s porostem z popínavých rostlin. Často stačí krytí z perforovaného plechu, kde je možné vyrazit logo města.

Povrchy

OBJEKT

Povrchy chodníků a vozovek napříč městem

PROBLÉM

Ve městě je řada zanedbaných ulic a některé nové pracují s dlážděním spíš chaoticky. Je to problém pro lidi s kočárkem, o berlích, s chodítkem, s kufrem apod.

ŘEŠENÍ

Vytvoření koncepčního uchopení sparočeza a dlažby pro historické centrum a předměstí. V centru se jistá koncepce drží, na periferii zatím není. To je dobré změnit. Je vhodné navázat na některé existující standardy povrchů (např. bratislavské jsou zdarma ke stažení).

PŘÍLEŽITOST

Povrchy budou působit sjednoceně vždy pro určitou oblast a dodají jí specifický ráz. Čím kvalitnější je dlažba, tím déle vydrží a tím vyšší kvalitu identity vytvoří v dané lokalitě.



Zanedbaný povrch jako šance na proměnu. Řada ulic má velmi úzké nebo špatně dlážděné chodníky.

Nová bratislavská dlažba nese symboly identity města. Není to nezbytné mít vlastní dlažbu na míru, ale je dobré mít pro město vizi i co se týká povrchů.

Zeleň

OBJEKT

Drobné plochy zbytkové zeleně

PROBLÉM

Ve městě je řada drobných ploch se zelení, které mají jen technickou údržbu. Chybí promyšlená krajinářská koncepce, která zaručí pohledově zajímavou zeleň po celý rok.

ŘEŠENÍ

Vytvořit audit výdajů za péči o zeleň, pasportizaci a vytvořit spolu s arboristou nebo krajinářem koncepci pro zeleň. Na tu navazuje plán v řádu týdnů a měsíců, pak získáme kvalitní výsledky velmi rychle. Je možné začít v malých plochách a postupně.

PŘÍLEŽITOST

Touto cestou je možné zvelebit i velmi nepříjemná místa, která jsou nepřátelská pro chodce. Dobrý posun zařídí už chytře instalovaný mobiliář a pečlivá péče o zeleň. Narozdíl od velkých rekonstrukcí je možné zkvalitnit prostor velmi rychle.



Technicky udržovaná plocha



Celoročně pohledově zajímavá zeleň

Adopce zbytkové zeleně

OBJEKT

Drobné plochy zeleně před vstupy do domu

PROBLÉM

Jde o technicky upravené plochy, které nenesou žádný otisk identity místních. Přitom jsou velmi blízko obydlí a lidé by se o ně mohli starat částečně sami.

ŘEŠENÍ

V rámci programu adopce zeleně nebo workshopů s krajinářem je možné podpořit místní, aby o své sdílené předzahrádky víc pečovali a vtiskli jím specifickou podobu. Je vhodné informovat veřejnost nejen o vhodných druzích výsadby, ale taky o frekvenci údržby.

PŘÍLEŽITOST

Lidé nejvíce docení veřejný prostor, o který můžou nějakým způsobem sami pečovat. Město má malebnější ráz i na předměstích. Vandalové méně napadají části města, o které se někdo viditelně pečlivě stará.



Technicky udržovaná plocha, kterou je vhodné doplnit identitou místních



Sdílené, volně přístupné předzahrádky s posezením a záhonky (Ghent, Belgie)

Pronájem sdílených zahrad

OBJEKT

Drobné plochy na sídlištích a v rezidenčních oblastech

PROBLÉM

Prostory mezi obytnými domy jsou často nevyužité a zašlé.

ŘEŠENÍ

Je možné je pronajmout občanům, aby se o ně starali sami. Je nutné udělat pronájem zároveň s moderovaným způsobem multifunkčního využití tak, aby prostor skutečně používalo více lidí. Lze to definovat v manuálu jako v příloze smlouvy o pronájmu.

PŘÍLEŽITOST

SVJ má hlasovat na vhodných formátech využití a následně kroky realizuje buď částečně s podporou města nebo bez ní. Definice funkcí je nutná, aby se lidé nehádali a aby nedošlo k násilné deformaci (obří bazén, jen skleníky atd.)



Technicky udržovaná plocha s jedním účelem využití

Příklad volně přístupné sdílené zahrády se skleníky, plodinami a hřištěm pro děti (Ústí nad Orlicí)

Revitalizace parků

OBJEKT

Parky ve městě

PROBLÉM

Některé parky mají obrovský potenciál, který snižuje malé množství mobiliáře, nedotažená úprava povrchů a nedomyšlená koncepce.

ŘEŠENÍ

Vypsat krajinářsko-architektonickou soutěž na revitalizaci parku včetně povrchů a vodních prvků. To inspiruje obyvatele, aby jej využívali v plném rozsahu.

PŘÍLEŽITOST

Parky jsou velmi vděčné a veřejnost jejich zvelebení vítá, i kdyby mělo jít jen o promyšlenou instalaci nového mobiliáře, pítká a toalet.



Technicky udržovaný park s malým množstvím mobiliáře

Revitalizovaný park s kvalitní krajinářskou úpravou a dobrou frekvencí prvků mobiliáře je nákladnější na údržbu, ale je populární a vytváří oblíbené místo k setkávání (placemaking) – Moravské nám. v Brně (Consequence forma Architects)

Revitalizace přístupu k řece

OBJEKT

Břehy řeky

PROBLÉM

Prostory jsou zpravidla hluché, postrádají mobiliář a nevyužívají se naplno.

ŘEŠENÍ

Je vhodné zde instalovat dočasný provizorní mobiliář, který mohou vytvořit místní v rámci workshopu. Také je možné vytvořit pobídku pro letní stánek, který by byl na vhodném místě blízko cesty a podněcoval lidi k delšímu pobytu u řeky.

PŘÍLEŽITOST

Lidé získají lepší přístup k řece a velmi exkluzivní relaxační prostor. Při úspěchu je možné zřídit v místě mobiliář nebo stánek trvale.



Ukázka břehu řeky, nemusí jít o toto konkrétní místo, je nutné jej pečlivě vybrat a začít testovat.

Příklady pojízdných stánků z Brna (nahoru) a stabilně umístěného stánku v Lisabonu (dole). Ze zadu lisabonského stánku je toaleta a design stánku se objevuje v celém městě.

Street art

OBJEKT

Některé objekty blízko centra a parků

PROBLÉM

Tvoří výraznou dominantu, ale nemají tvář, která by byla oblíbená a vytvářela skutečnou identitu místa

ŘEŠENÍ

Intervence na objektech ve spolupráci se street art umělci. Může jít o techniku sgrafita, výmalbu jen ve dvou barvách, hyperrealismus nebo typografii. Řešení pro konkrétní místo a formát je potřeba pečlivě vybrat.

PŘÍLEŽITOST

Vzniknou nové nečekané dominanty dříve utilitárních budov. Mohou nést otisk místních osobností nebo historie.



Objekt, který se může stát součástí uměleckého díla

Ukázka vytvoření nečekané dominanty v zapomenutém koutě města (Lisabon)

Výloha roku

OBJEKT

Lokální obchody

PROBLÉM

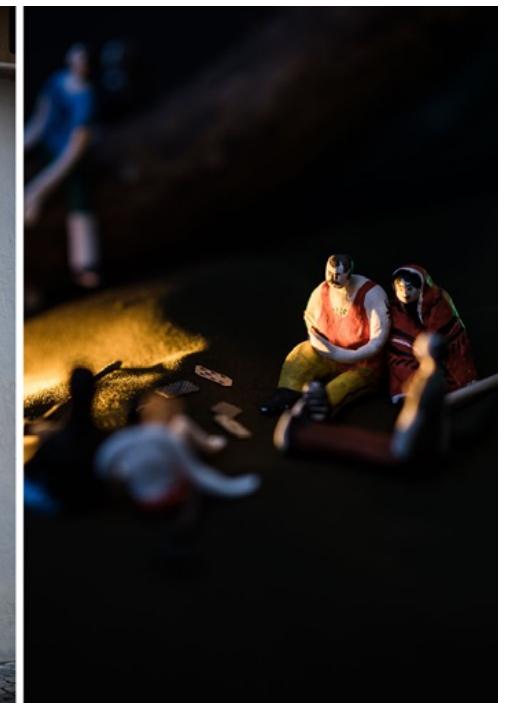
Místní obchody mají co nabídnout, ale nemají kvalitní prezentaci a jsou málo sebevědomé.

ŘEŠENÍ

Místní spolek může zorganizovat soutěž o Výlohu roku a motivovat obchodníky k prezentaci plné nápadů. Soutěž stojí na propojení obchodníků s designéry, veřejném hlasování a předávání cen. Organizujeme ho v Brně a můžeme pomoci s prvním ročníkem.

PŘÍLEŽITOST

Komunita obchodníků dostane nový impuls a inspiraci. Práce s designéry otvírá nové obzory a motivuje obchodníky k vymýšlení zlepšení služeb pro zákazníky. Vznikají nová přátelství a vydělají na tom ve výsledku všichni. Vítěz se může zapojit do celorepublikového finále v Brně.



Příklad obchůdků na Pražské, kde by bylo vhodné vytvořit první ročník ve spolupráci s místním spolkem

Vítěz soutěže v Brně (2020). Hůlkárna s miniaturami hůlkařů na vycházkách a u táboračků okouzlila odbornou porotu, autorkou je Nikola Logosová. Ze soutěžících se stali přátelé a vytvořili spolu ještě několik výloh. Podle majitelů provozoven jím soutěž přinesla širší obzory, vyšší tržby i odvahu k investici do vlastní značky.

Podpora místních podnikatelů (zklidnění dopravy)

OBJEKT

Historické centrum je extrémně zatížené auty, které jen projíždí a nepřináší městu žádnou hodnotu.

PROBLÉM

Devastace prostor k setkávání, přítomnost aut v ulicích snižuje pohyb chodců o 30% (IPR).

ŘEŠENÍ

Vybrat jednu ulici, kde se doprava uklidní bez přetížení okolních ulic. Je vhodné začít postranní ulicí, která není dopravní tepnou a aplikovat tam principy zklidnění dopravy po omezenou dobu (taktický urbanismus). Povrch je vhodné zpracovat ve spolupráci s umělcem.

PŘÍLEŽITOST

Lidé si vyzkouší používat ulici jinak, místní podnikatelé pocítí, jak zklidnění dopravy zvedá tržby. Je možné sbírat data ohledně používání prostoru a zpětnou vazbu od občanů. Testování v terénu je velmi dobrá forma participace.



V některých ulicích je vhodné zklidnit dopravu, jinde lze vytvořit dočasné intervence. Např. na ulici Michalovická by bylo možné dočasně rozšířit chodník a naznačit na ploše hernu pohybového studia a předzahrádku místní kavárny.

Více prostoru pro pěší podpoří tržby obchodníků (data z Tirany uvádí vznik 24 nových provozoven a zvýšení tržeb stávajících o 50%). Na fotce je realizace projektu v Itálii. Projekty s barvením povrchů se nerealizují na historické dlažbě.

Podpora místních podnikatelů (zklidnění dopravy)

Jaké jsou důležité zásady realizace projektu?

1) Nejlepší je začít dočasným řešením

Částečné uzavírání ulic pro dopravu nebo rozširování chodníků je vhodné realizovat napřed jako dočasnu úpravu, která nezávazně otestuje skutečný zájem veřejnosti a potenciál daného místa k setkávání.

2) Vizí je nový prostor pro přirozenou hru dětí a odpočinek dospělých

Intervenci je vhodné realizovat během léta, kdy je nejlepší počasí a lidé mohou skutečně trávit čas venku. Prostor má navádět k náhodnému setkávání a vnímání ulice jako prostoru pro každodenní požitek ze života. Není náhradou za parky a hřiště, ale přirozeně je doplňuje.

3) Během intervence v terénu sbíráme data

Participace se v tomto případě nedělá před realizací, samotná realizace je založena na sběru dat a zjišťování ohlasů veřejnosti. Tyto ohlasy je dobré sbírat zvlášť od dospělých a od dětí. Zvlášť od lidí v blízkém okolí a ve zbytku města. A zvlášť od místních obchodníků.

4) Je dobré smířit se s tím, že se první ulice nepovede na výbornou

Veřejnost může mít osyty nebo výhrady, s těmi je dobré počítat při dalších realizacích v jiných ulicích.

5) Na řešení se ideálně podílí děti z místních škol a dobrovolníci

Rádi pomůžeme s výtvarným řešením výmalby, realizaci v terénu ale můžou dělat místní, dobrovolníci a děti. Vytvoří to přirozenou vazbu mezi obyvateli. Je vhodné konzultovat řešení s institucemi v dané ulici, aby se pro projekt nadchly a zapojily se.

6) Hledáme místa, kde se program sám vytvoří

Cílem je dostat víc života do ulic, pokud je v místě gastro provoz, posilovna nebo zájmové aktivity, je v podstatě garantované oživení různorodou aktivitou a projekt má obrovskou šanci být velmi populární.

7) Inspirujeme se u zrealizovaných projektů

Podobné projekty dělá např. Stefano Ragazzo v Itálii (Piazza Aperte), Simon Battisti v albánské Tiraně nebo Janette Sadik-Khan v New Yorku. Financování nabízí Bloomberg Philantropies, ti pomáhají podobným projektům po celém světě.

Školní ulice

OBJEKT

Ulice a chodníky v blízkosti vchodu do školy.

PROBLÉM

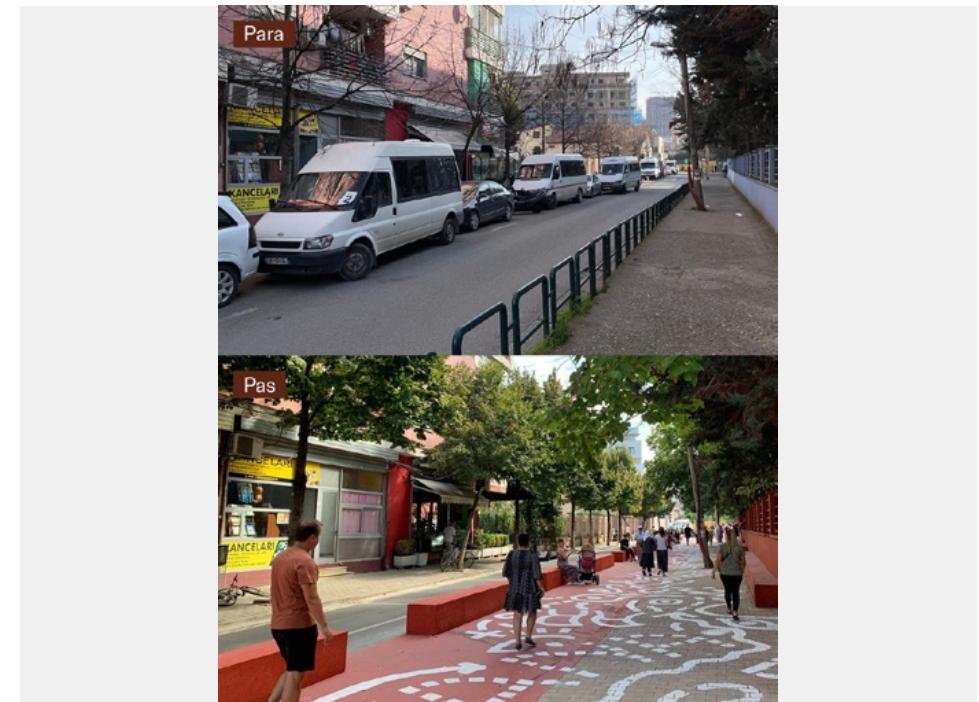
Rodiče se bojí o bezpečí potomků a vozí děti až ke dveřím školy. Tím znemožňují volný pohyb dítěte, přirozenou hru a vývoj k samostatnosti.

ŘEŠENÍ

Je vhodné testovat různé typy projektů: Pěšky do školy, kiss&ride point, rozšíření chodníků atd. Cílem je více nezávislosti pro děti a bezpečnější cesta do školy.

PŘÍLEŽITOST

Na realizacích se zpravidla podílejí děti, rodiče i učitelé. Děti se učí o prostor pečovat a obnovovat jej. Větší samostatnost v dětství je určující pro mentální stabilitu člověka. Děti vychovávané pod neustálým dozorem tíhnou k depresím a psychickým poruchám, jsou méně sebevědomé a spokojené.



Je vhodné vytipovat ulici, kde je mateřská, základní nebo střední škola a postupně testovat projekty, např. ulice Riegrova – nutné prověřit s dopravním specialistou.

Simon Battisti (Albánie, Tirana), příklad rozšíření chodníku v ulici u školy pro bezpečnější cestu do školy a prostor pro hru.

Více prostoru pro děti, hru a relaxaci

Vhodně vybraná ulice, která má blízko ke škole nebo je na ní gastro provozovna, je ideální volbou. Na financování se pak mohou podílet místní obchodníci. Je možné jen rozšířit chodník nebo ulici zkušebně uzavřít (na dva nebo tři měsíce). V rámci těchto projektů mohou výtvarné motivy tvořit prvky nové vizuální identity města.



Design navrhujeme profesionál, ale na provedení se podílí děti a místní.



Intervence ve vybrané ulici pro děti a pěší v rámci Landscape festivalu v Jihlavě.



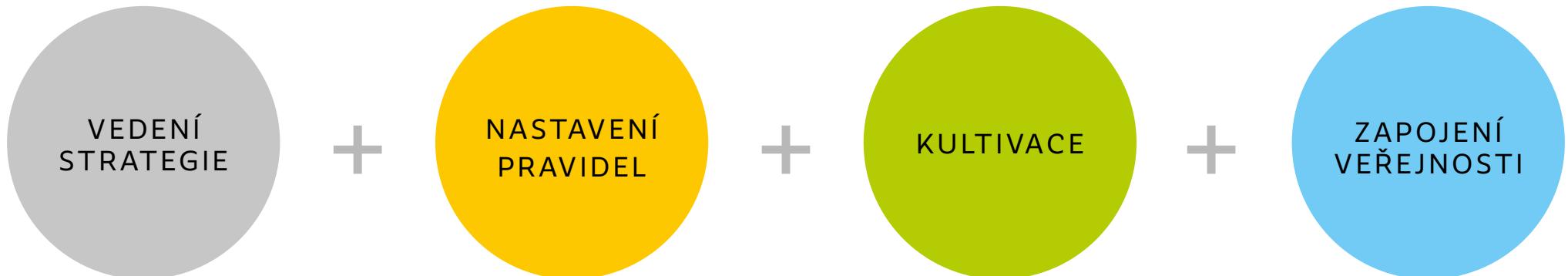
Rozšíření prostoru před školou na předměstí Milána. Stefano Ragazzo.

TABULKA

strategie kultivace

Jak používat tabulku strategie

Tabulka strategie na následujících stranách slouží jako sada doporučení. Na jejich základě může vedení města stanovit priority a vybrat preferované a realizovatelné kroky. Po výběru vedoucího projektu je vhodné začít veřejnou participací. Z vybraných kroků veřejnost hlasováním zvolí, které kultivační kroky preferuje, a těmi je vhodné projekt odstartovat. Pak je snazší vše obhájit. V následující tabulce jsou kroky bez této prioritizace, seřazené podle jejich povahy, označené barvou:



Šedé řádky označují procesní interní opatření důležitá k tomu, aby strategie dobře fungovala a správně se propala do terénu.

Žluté řádky jsou potenciálně kontroverzní, může dojít ke konfliktům se soukromým sektorem.

Zelené řádky se týkají převážně městských organizací a institucí, konflikty s veřejností jsou méně pravděpodobné.

Modré jsou označeny řádky týkající se zapojení veřejnosti do celého projektu.

PROCESNÍ NÁROČNOST = předpoklad zatížení municipality při změnách nebo organizaci

S INVESTICÍ NEBO BEZ NÍ = označení opatření, které vyžadují menší nebo větší prostředky z rozpočtu navíc (velmi hrubý odhad)

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
VEDENÍ STRATEGIE	Vedoucí strategie	-	<ul style="list-style-type: none"> Na začátku musí vzniknout post vedoucího strategie, který bude svolávat pravidelné schůzky. Dalšími hlavními aktéry budou městský architekt a správce urbanistického detailu. Musí se konat pravidelné schůzky. Pro vedení strategie poskytujeme podporu v rámci neziskového projektu <u>Naše kultivovaná města</u>. 	Starosta Robert Pecha Radní Patrick Zandl	PROCESNĚ NÍZKÁ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Existuje tým klíčových lidí, kteří se pravidelně scházejí a udržují tuto strategii v běhu. 	Včas dotažené smysluplné kroky této strategie, popsané na následujících řádcích
	Městský architekt a správce urbanistického detailu	-	<ul style="list-style-type: none"> Propojuje a koordinuje veškeré rekonstrukce, opravy a je konzultantem pro všechny kroky strategie. Stará se o koncepční manuály, ladí jejich obsah s památkáři, městskými organizacemi apod. Může být zároveň správcem urbanistického detailu. Jde o člověka, který dohlíží na detaily veřejného prostoru v terénu (mobiliář, drobné prvky, vandalismus). Zároveň kontroluje dodržování regulací reklamních nosičů. 	Městský architekt Blanka Maco Terénní pracovník Blanka Maco	-	<ul style="list-style-type: none"> Již funguje Správce je vhodné najmout 	Maximální koherence koncepčních plánů (design zastávek včetně mobiliáří apod.), odborný poradce všech zásahů ve veřejném prostoru.
	Krajinář	-	<ul style="list-style-type: none"> Je potřeba vytvořit post městského krajináře. Ten optimálně udělá pasportizaci existující zeleně, udělá audit výdajů péče o zeleň postupuje podle koncepce, vytvoří plán týdnů a měsíců a let péče. Touto cestou je možné mít první výsledky péče o drobnou zeleně již v horizontu jednoho roku. 	Je nutné jej vybrat a požadovat doložení praxe v terénu, autorizace A3 není nezbytná.	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Speciální nově vytvořená pozice 	Město má kvalitně spravovanou zeleň a může prezentovat velmi pozitivní malé kroky, které lidem dělají radost.
	Manuál veřejných prostranství	-	<ul style="list-style-type: none"> Je třeba vytvořit obecný koncepční dokument, který řeší mobiliář a povrchy apod. v celém městě. Jde o sjednocující dokument, který nezachází do detailů a konkrétních řešení. Je to „corporate memory“ dokument, který zajišťuje koncepční strategii napříč městskými organizacemi i při výměně zaměstnanců. Jedná se zde například o to, které typy laviček ve městě jsou. 	Městský architekt	PROCESNĚ STŘEDNÍ	<ul style="list-style-type: none"> Brožura, která shrnuje koncepční přístup k designu veřejného prostoru města 	Koherentní design od lavičky po plakátovací plochu. Podobným výstupem je Manuál tvorby veřejných prostranství v Praze nebo v Brně . Dokument je sám o sobě pozitivním krokem, který lze veřejně prezentovat.
	Manuál dobré praxe reklamy	-	<ul style="list-style-type: none"> Manuál může ve zkrácené podobě poskytnout náš spolek Naše kultivovaná města. Nebo je možné dostat darem licenci k užití z brněnské radnice nebo je možné jej vytvořit zcela znova (nejdražší varianta se soutěží). 	Naše kultivovaná města OPP + NPÚ Stavební úřad	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Brožura, která ukotvuje přístup radnice k optimální prezentaci provozoven. 	Město jasně definuje svou představu a je mnohem snazší se s obchodníky dohodnout.
	Standarty městských prvků	-	<ul style="list-style-type: none"> Koncepce je jedna věc, situace v terénu však je něco jiného. Standarty slouží k uchopitelné správě všech prvků pro městské organizace. Všechny vychází z koncepčního manuálu veřejných prostranství. Standarty mohou přesně definovat materiálové i barevné řešení všech prvků, jejich umisťování na ulici apod. Jedná se zde například o to, jak konkrétně lavičky umisťovat a kam patří který design lavičky. 	Městský architekt	PROCESNĚ STŘEDNÍ	<ul style="list-style-type: none"> Jednotlivé brožury popisující konkrétní práci s prvky 	Metropolitní inštitút Bratislavě vyvinul 20 standardů pro různé prvky a je vhodné se jimi inspirovat. Dokumenty jsou samy o sobě pozitivním krokem, který lze veřejně prezentovat.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
VEDENÍ STRATEGIE	Dokumentace	-	<ul style="list-style-type: none"> Pro prezentaci všech projektů veřejnosti je nutné vést záznamy stavu PŘED a PO v podobě dokumentačních fotografií. Bez nich je velmi těžké se po pár letech bavit, co fungovalo lépe a co hůř. 	Technické služby Studenti fotografie, dobrovolníci nebo pracovník úřadu, který má dokumentační zkušenosť	PROCESNĚ NÍZKÁ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Je možné efektivně prezentovat výsledky v médiích, obhajovat jednotlivé kroky a zpětně je hodnotit.
	Pravidelné prezentace pro novináře a veřejnost	-	<ul style="list-style-type: none"> Je nutné pravidelně evaluovat celý projekt, je vhodné vydávat tiskové zprávy, prezentovat výsledky na webu a sociálních sítích. Velmi důležitá je posloupnost a správný mix kontroverzně vnímaných nových pravidel a nekonfliktní pozitivní kultivace. 	Politik Městský architekt Marketingové oddělení radnice	PROCESNĚ STŘEDNÍ	<ul style="list-style-type: none"> Sezení s novináři, tiskové zprávy Eventy pro veřejnost Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Veřejnost projekt kultivace přijímá kladně, optimálně chápe kontroverzní kroky jako součást většího projektu.
ZAPOJENÍ VEŘEJNOSTI	Představení kultivační strategie	-	<ul style="list-style-type: none"> Strategii kultivace je vhodné veřejně představit, nadchnout místní a najít spolek, který pomůže s organizací některých částí pro veřejnost. Projekt kultivace má propagaci od počátku a je pak snazší prezentovat i výsledky. Všichni budou vědět, že existuje plán na několik let, ne jen jednorázová opatření. Optimální je představce občanům v neformálním prostředí mimo rednici. 	Městský architekt a marketingové oddělení na radnici Naše kultivovaná města jako přespolní facilitátor	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Data ohledně preferencí občanů Malá kampaň ke startu projektu kultivace 	Úspěšné PR strategie a realizace žádaných a potřebných kroků
NASTAVENÍ PRAVIDEL	Outdoorová reklama	Plakátovací plochy a rotundy	<ul style="list-style-type: none"> POPIS: Plakátovací plochou se rozumí plošná nosná konstrukce, zpravidla o velikosti 195 × 125 cm. Tato sekce zahrnuje jakýkoli nosič, na který se vylepují plakáty od velikosti A4 do velikosti A1 formátu papíru. To je zásadní rozdíl mezi plakátovací plochou a billboardem. Rotunda je kulatá verze plakátovací plochy, buď se skleněným pláštěm, nebo bez něj. MAPOVÁNÍ: Plakátovací plochy zpravidla vlastní soukromá agentura, bývá jich i více. Je potřeba si vyžádat data agentury a porovnat je se stavem v terénu. Zmapovat a zanést všechny existující nosiče do interního systému, který bude spravovat stavební úřad. PRAVIDLA: Je potřeba vyjednat s majiteli změny umístění i designu. KONCEPCE: Koncepce pro umisťování a design všech plakátovacích ploch a rotund. Součástí musí být i materiálové řešení nosičů v návaznosti na mobiliář. DOHLED: Je nutné monitorovat výsledky, a to jak umístění, tak provedení podle nové koncepce. 	Patrick Zandl Rengl	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Nová koncepce pro design nosičů 	Plakátovací plochy mají adekvátní umístění a design, který navazuje na mobiliář okolo nich. Veřejný prostor působí koherentně.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
NASTAVENÍ PRAVIDEL	Provozovny	Manuál dobré praxe označování provozoven	<ul style="list-style-type: none"> Manuál dobré praxe reklamy na provozovnách (firemní nápisy, výstrče, menu nabídky apod.). Netýká se obsahu výloh, za sklem výlohy jde o soukromý majetek podnikatele a veřejná správa do něj nesmí zasahovat. Manuál by měl mít povahu praktického dokumentu s definicí optimálních principů prezentace provozoven. Může fungovat jako popis metodiky odboru památkové péče při schvalování reklam, které spadají pod stavební úřad (velikost je definovaná stavebním zákonem, jde o cokoli většího než 0,6 m²). Většina dokumentu nebude vymahatelná, ale půjde o popis přístupu radnice. Lze jej zanést do nájemních smluv nemovitostí města nebo použít pro dotační programy. Je nutné zahrnout také předpisy pro restaurační zahrádky Manuál není nutné zpracovávat tak rozsáhle jako je to v Brně, bude stačit zkrácená verze podle mustru neziskovky Naše kultivovaná města. Nabízíme pro města zkrácenou verzi, která se upraví na míru městu a zpracuje za výrazně nižší cenu oproti tvorbě nového manuálu. 	Naše kultivovaná města OPP + NPÚ Městský architekt	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Brožura v PDF a pro tisk 	Město bude prezentovat svou vizu a může motivovat všechny obchodníky, aby metodiku dodrželi v plném rozsahu. Městské nemovitosti budou na vyšší úrovni a prostory budou atraktivnější pro spolehlivější nájemce, kteří vyžadují garanci solidního prostředí pro svou značku.
		Úprava nájemních smluv	<ul style="list-style-type: none"> Po dokončení Manuálu dobré praxe označování provozoven je vhodné vyjednat jeho zanesení do nájemních smluv v majetku města. 	Patrick Zndl	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Manuál jako příloha nájemních smluv 	Nemovitosti v majetku města jsou na vyšší úrovni
		Áčka	<ul style="list-style-type: none"> POPIS: Tzv. áčková a ičkové stojany před provozovnami. MAPOVÁNÍ: Je vhodné dokumentovat všechny nosiče v terénu po dobu jednoho až dvou týdnů během otvírací doby provozoven. PRAVIDLA: Snižit jejich počet je možné zvýšením místního poplatku za zvláštní užívání komunikace. To většinu obchodníků odražuje. Důležité je měřit stejným metrem a hlídat, že všichni drží slovo. KONCEPCE: Není vhodná. DOHLED: Je nutné dohlížet na cokoli, co není v podchodech a průchodech, tam může jít o soukromý prostor a ten není možné regulovat. 	Dodržování může kontrolovat správce urbanistického detailu	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Chodníky budou volnější a propagace bude probíhat primárně skrz restaurační předzahrádky nebo pro předsunutý prodej, to může město oproti áčkům upřednostnit.
ZAPOJENÍ VEŘEJNOSTI	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s majiteli nemovitostí	Dotační program	<ul style="list-style-type: none"> Dotační program na opravu fasád výměnou za dodržení výše zmíněného manuálu dobré praxe reklam. Majitel získá příspěvek na opravu fasády a hlídá své nájemníky, aby dodržovali určité zásady pro reklamy. Majitel domu se může zavázat hlídat reklamy u jakéhokoli nájemníka po dobu např. 5-10 let. 	Městští právníci + Naše kultivovaná města, z.s.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Obchody v rámci jednoho domu mají jednotný systém, který je přehledný pro nakupující. 	Přehledný prostor pro nakupující podobný nákupnímu centru, které evokuje bezpečí a pocit pečlivě spravovaného prostoru.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POSADA	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
ZAPOJENÍ VEŘEJNOSTI	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s obchodníky	Dotační program	<ul style="list-style-type: none"> Dotační program na nové označení provozovny výměnou za dodržení manuálu dobré praxe reklam nebo alespoň jeho části. Dotační program má povahu motivacní regulace. Je zde ale vyšší riziko, že se provozovna přestěhuje nebo zkrachuje a nejde o stabilnější investici jako u majitelů nemovitostí. Zapojení lokálních podnikatelů musí respektovat určitá pravidla. Radnice nesmí nijak zasahovat do komerčního sektoru, upřednostňovat některé podnikatele oproti jiným nebo jakkoli hanit prezentaci provozoven. Pokud zasáhne do designu jedné provozovny a poškodí jí byznys, může se dostat do problémů. 	Městští právníci + případně Naše kultivovaná města, z.s.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Jednotlivé obchody mají kvalitnější vnější značení. Nejlépe to funguje tam, kde je v domě pouze jedna provozovna. 	Obchodníci jsou motivováni ke změně, vše stojí na závisti a konkurenčním boji. Zpravidla to funguje a ostatní obchodníci také chtějí kvalitnější označení.
	Soutěž o výlohu roku	WINDOW POP AWARDS Výloha roku	<ul style="list-style-type: none"> V rámci akce se propojují obchodníci a designéři, například 5 provozoven. Společně připraví nový design ve výloze a soutěží o nejlepší realizaci. Pak se koná vycházka pro veřejnost a hromadná vernisáž (případně s hudbou a občerstvením). Je vhodné nechat hlasovat i veřejnost, aby se cítila zapojená. Na závěr se zvolí nejlepší výloha a proběhne slavnostní udílení cen (trofej). To je důležité pro motivaci obchodníků i designérů, kteří instalace zpracovávají. Od našeho spolku se nekupuje žádná licence, uvítáme jen proplacení několika úvodních schůzek a pomoci s organizací a nastavením nástrojů v rámci prvního ročníku. Do budoucna má soutěž fungovat plně v režii lokálního spolku bez nás. Vítěz může postoupit do celorepublikového finále v Brně. 	Komise kultury a cestovního ruchu (?) Místní spolek + Naše kultivovaná města, z.s. Radnice může přispět sponzorský, jedině tak lze kurátorovat kvalitu designu a atraktivitu výstupů.	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitní vizuální zpracování interiérů výloh jako výstava v prostoru města Akce v obchodech, vycházky apod. Lepší vzájemné vztahy i soutěživost a větší sebevědomí pro místní obchodníky 	Místním obchodům se zvýší sebevědomí a uvědomí si potenciál vzájemné spolupráce. Web projektu v Brně. Někteří obchodníci po účasti v projektu začali redesignovat značku nebo investují do pravidelné spolupráce s designérem a do vernisáž nových kolekcí a výloh. To vytváří živelnější město obecně.
NASTAVENÍ PRAVIDEL	Stánky	Vánoční a jiné sezónní trhy	<ul style="list-style-type: none"> POSADA: Krátkodobé sezonné stánky, které nejsou instalovány trvale. Je vhodné to podchytit, pokud tu níč podobného zatím nefunguje. MAPOVÁNÍ: Je nutné zdokumentovat každý stánek a vyhledat hlavní problematické body. PRAVIDLA: Jde o regulaci prodejců na vánočních trzích a produktů, co nabízejí, upřednostnění lokálních podnikatelů a řemeslných nebo chráněných dílen. Také je vhodné v maximální míře regulovat design i označení všech prodejních stánků. Vše se zanese do nájemních smluv s provozovatelem nebo jednotlivými prodejci. KONCEPCE: Vytořit nový, koncepční, jednotný vizuální styl daných trhů (cedule, nabídky, tonalita osvětlení apod.). DOHLED: Pouze během konání trhů 	Soukromá agentura nebo městská organizace	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Nová koncepce označování stánků a souvisejících reklam Zanesení koncepce do nájemních smluv 	Skvělý zážitek pro nakupující i turisty a podpora lokálních obchodů. Zkušenosť s regulací vánočních trhů má např. brněnský TIC a radnice Brna-středu. Jde o velmi úspěšný projekt s pozitivním ohlasem veřejnosti. Mají pravidla a manuály zanesené do nájemních smluv.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
NASTAVENÍ PRAVIDEL	Stánky	Denní trhy	<ul style="list-style-type: none"> POPIS: Různé jednoduché stánky s provizorní konstrukcí. MAPOVÁNÍ: Je nutné zdokumentovat každý stánek a jeho potřeby i problematické body. PRAVIDLA: Je vhodné do nájemních smluv s prodejci (nebo do tržního rádu) uvést nová pravidla a dodržování koncepce. Uskladnění je v plánu v domě na Masarykově 34. KONCEPCE: Navrhnut a vyrobít jednotný design stolů nebo i zastřelení k pronájmu pro prodejce. Na vtipovaných místech mohou být také stabilně instalované stánky jako prostor pro každodenní využití bez nutnosti neustále stavět konstrukci každý den. Nebo je možné mít jednoduché skládací konstrukce. DOHLED: Namátkově během provozu 	Městský architekt navrhe podobu stolů Pavel Veselý pomůže vymyslet pobídky pro nové trhovce	PROCESNĚ VYŠŠÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Zanesení koncepce do nájemních smluv nebo tržního rádu Nový design stánků v terénu 	Denní prodej získá vyšší úroveň, bude pohodlnější pro prodejce a atraktivnější pro nakupující.
	Outdoorová reklama	Horizonty na sloupech veřejného osvětlení a další ilegální reklama	<ul style="list-style-type: none"> POPIS: Takzvané „horizonty“ jsou nosiče na sloupech veřejného osvětlení, typicky ve výšce očí chodce. Mají zhruba 60 × 90 cm, tedy klasický rozměr plakátu o velikosti A1. Existují také různé ilegální obdobky tohoto nosiče, které nemají pevnou konstrukci a volně se přichycují na sloupy, tvoří je různé desky a lepenky. Typicky jde o krátkodobé kampaně cirkusů. Ostatní ilegální reklama je také na krajských pozemcích a je nutné kraj vyzvat k jednání. MAPOVÁNÍ: Je nutné zmapovat stav nosičů a nafotit je. PRAVIDLA: Dohodnout se s Technickými službami o odstranění. KONCEPCE: Není vhodná. DOHLED: Důsledně prověřovat dodržování nařízení po celém městě, vztahuje se také na ilegální imitace z kartonu. 	Technické služby Patrick Zandl – vyzvání krajského úřadu k jednání	PROCESNĚ NÍZKÁ BEZ INVESTICE	Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Bezpečnější a přehlednější veřejný prostor
	Plachty		<ul style="list-style-type: none"> POPIS: Jde o plastové reklamní plachty různých velikostí, které jsou upevněny horolezecky a nemají nosnou konstrukci. Nejsou v gesci stavebního úřadu a ten je nemůže regulovat. MAPOVÁNÍ: Je nutné zmapovat nosiče všech velikostí a udělat si přehled o všech majitelích a umístění plachet. PRAVIDLA: Dohoda s firmami, které plachty používají k inzeraci, nabídka jiného typu propagace. KONCEPCE: Není vhodná. DOHLED: Terén by měl dozorovat správce urbanistického detailu a hlídat, že všichni drží slovo a dohoda je fér. 	Starosta Správce urbanistického detailu	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Mapa s umístěním všech nosičů v městském interním systému Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Očištění veřejného prostoru od velmi agresivní a neekologické formy reklamy. Je možné to řešit i nařízením, které vymáhá živnostenský úřad Příklad z Prahy, ale pravděpodobně to nebude potřeba.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
NASTAVENÍ PRAVIDEL	Outdoorová reklama	Billboardy	<p>Všechny tyto nosiče jsou definované jako stavba pro reklamu podle stavebního zákona (viz strana 15 v Kuchařce kultivace). Při regulacích a odstraňování záleží na typu pozemku, kde je billboard umístěn.</p> <p>Umístění na pozemku v majetku obce: Pokud jsou billboardy na pozemku ve vlastnictví obce, měly by existovat tyto základní dokumenty: platná nájemní smlouva mezi městem a vlastníkem billboardu a povolení stavebního úřadu, případně povolení od silničního správního úřadu, pokud billboard stojí v silničním ochranném pásmu komunikace.</p> <ul style="list-style-type: none"> Nemá povolení, ale má smlouvu: Pokud neexistují platná povolení stavebního úřadu, pak je možné předat podnět stavebnímu úřadu a ten může zahájit řízení o odstranění stavby (to může trvat několik měsíců). Pokud billboard nemá potřebné povolení příslušného silničního správního úřadu, může úřad v krátké lhůtě nařídit jeho odstranění a nechat billboard zakryt. Vhodné je též vypovědět nájemní smlouvu, která zpravidla mívá ustanovení o tom, že daný nosič musí disponovat platným povolením všech správních orgánů. Nemá povolení a nemá smlouvu: Pokud lze nosič odstranit, aniž by se zároveň zničil, je možné jej rovnou odvézt, uskladnit a pak vymáhat po vlastníkovi náklady na odstranění a uskladnění. Pokud by se přemístěním zničil, je nutné podat podnět na stavební úřad a případně na silniční správní úřad. Zároveň je nutné odeslat vlastníkovi výzvu k vyklizení a následně je možné případně podat žalobu na vyklizení. V případě neznámého vlastníka je možné výzvu umístit přímo na reklamní nosič. Má povolení, ale nemá smlouvu: Pokud nosič nemá platnou nájemní smlouvu, ale má platná povolení stavebního úřadu, je třeba začít soukromoprávní řízení o odstranění stavby. Zpravidla je třeba vyzvat vlastníka k odstranění. Pokud k němu nedojde, je vhodné podat žalobu na vyklizení. Má povolení i smlouvu: Pak je z hlediska vlastníka reklamního nosiče vše v pořádku. Pokud obec reklamní nosič na svém pozemku nechce, může mu vypovědět smlouvu. Je možné eliminovat veškeré další a nové nosiče schválením pokynu pro odbor správy majetku. V případě, že ve městě aktuálně vzniká územní nebo regulační plán, je možné definovat pro umisťování a eliminaci billboardů konkrétní parametry a zajistit jejich dlouhodobé dodržování. <p>B. Umístění na pozemku v majetku jiné veřejné instituce: Pokud je billboard na pozemku ve vlastnictví nějaké veřejné instituce nebo například kraje, obec s nimi může vyjednávat o odstranění. V prve řadě je třeba prověřit, jestli pro daný nosič existuje platná nájemní smlouva s danou institucí. Dále je třeba ověřit, zda byla vydána veškerá potřebná povolení příslušných úřadů (stavební úřad obce s rozšířenou působností, na jejímž území se billboard nachází, a silniční správní úřad příslušný k dané komunikaci). Typy situací jsou stejné jako v případě předchozího bodu A. Jediným rozdílem je, že pokud nosič nemá povolení ani smlouvu, může jej odstranit pouze příslušná instituce. Ta také zasílá výzvy k odstranění. Podněty na stavební úřad a silniční správní úřad může poslat v každém případě kdokoli.</p>	Patrick Zandl	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Bezpečnější provoz na silnicích, odstranění ilegálních reklam. Více najdete v Kuchařce kultivace od str. 24.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
ZELEN	Plán v týdnech a měsících podle vytvořené koncepce	-	<ul style="list-style-type: none"> Audit výdajů na údržbu zeleně a pasportizace zeleně spolu s městským krajinářem. Rozvinutí vytvořené koncepce pro zeleň do konkrétního plánování v horizontu týdnů, měsíců a let. 	Krajinář se zkušenostmi v terénu, nemusí mít nutně autorizaci A3.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Lepší práce s drobnými zelenými plochami mimo parky 	Důsledně spravované detaily, které budí dojem, že o místo někdo pečuje. Řada pozitivních příkladů kultivace v krátké době vhodná k prezentaci.
	Revitalizace parků		<ul style="list-style-type: none"> Je vhodné dělat buď drobné intervence ve formě nového mobiliáře. Nákladnějším krokem je vypsání krajinářsko-architektonické soutěže na kompletní revitalizaci parku. Trvá delší dobu a může zavádět i koncepční změny celého prostoru – úprava povrchů cest, nový vodní prvek atd. 	Drobné intervence dělá zpravidla městský architekt, součítě se týkají externích dodavatelů	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Pohodlnější prostředí, vhodné pro delší pobity, inkluzivní pro seniory, matky s kočárem a další 	Parky jsou využívány na maximum, v celé ploše a různou formou.
ZAPOJENÍ VEŘEJNOSTI	Program adopce bytkové zeleně	Program a nárazově workshopy	<ul style="list-style-type: none"> Program pro širokou veřejnost, zaměřený na drobnou zeleň a plochy předzahrádek mezi paneláky. Program již funguje, ale je nutné jej zviditelnit. To je vhodné udělat pomocí workshopů. Zkušený krajinář upozorní obyvatele, které druhy rostlin je vhodné sázet a jak náročná je následná péče. Obyvatelé se zapojí do vytváření zahrad a budou se o ně starat. 	Městský architekt Místní spolek Městský krajinář	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Předzahrádky získají osobitý charakter a lidé se v místě budou cítit více doma. 	Město má řadu pohledově zajímavých míst, které lákají k relaxaci, posezení a sociálnímu využití.
	Pronájem sdílených zahrad	Pobídka nebo dotační program	<ul style="list-style-type: none"> Program pro širokou veřejnost, zaměřený na vnitrobloky a zahrady mezi bytovými domy na sídlištích. Lidé si budou moci vybrat z různých možností využití a hlasovat. Účel by měl být definovaný předem a každá zahrada by měla mít více způsobů využití. Může jít o dotační program nebo jen pobídka se smlouvou o pronájmu, která definuje možnosti využití. 	Městský architekt Místní spolek + Naše kultivovaná města, z.s.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ NEBO BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Vznikne manuál ohledně různých možností využití a základních principů péče. Obyvatelé se naučí starat o své okolí a budou moci více času trávit venku a využívat okolí bydliště na maximum. 	Místní mají přirozené prostory k setkávání i v místě bydliště, nejen na reprezentativních místech v centru. Můžou do okolí lip propsat vlastní identitu.
MĚSTSKÝ MOBILIÁŘ	Revitalizace přístupu k řece		<ul style="list-style-type: none"> Je vhodné dělat drobné intervence ve formě dočasného nového mobiliáře. Z této dočasných intervencí je možné sbírat data ohledně návštěvnosti a ohlasu místních a následně tím podložit větší investici. V této chvíli nevíme, kde budou nejhodnější a nejoblíbenější místa k setkávání a je dobré to touto cestou zjistit. Až budou místa otestována, je vhodné prostor zadat jako projekt a větší investici jako architektonickou soutěž. Je vhodné vytvořit také pobídku pro místní podnikatele, aby v místě provozovali designérem vyladěný stánek s adekvátní nabídkou. Vytvoří se tím prostor, kde se lidé déle zdrží. Takový prostor je nutné vybrat spolu s podnikatelem, který bude mít zájem se zapojit. Veřejné přístaviště bude první vlaštovka 	Drobné intervence dělá zpravidla městský architekt, součítě se týkají externích dodavatelů Povodí a majitelé pozemků	PROCESNĚ VYŠÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Nové prostory k setkávání mezi oběma městy jako lepší propojení živějšího Brandýse a rezidenční Boleslaví 	Je dobré to vnímat jako součást dalších projektů lepšího spojení obou míst v jedno. V horizontu desítek let by měl v ideálním případě vzniknout nový prostor pro sezónní akce, festivaly, letní kino, trh apod.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
MĚSTSKÝ MOBILIÁŘ	Odpady		<ul style="list-style-type: none"> Je vhodné vytvořit plán a postupně instalovat krytí nebo přístřešky na kontejnery. Měly by mít kvalitní design, a tvarosloví sjednocené se zbytkem mobiliáře (lavičky, koše apod.). Je možné je propojit se zelení (popínavé rostliny atd.). Je nutné navázat na platné předpisy pro developery, které město má. Často stačí plechové krytí s vyraženým logem města a nátěrem v barvách lamp a mobiliáře. Nemusí jít o nákladnou investici. Tam, kde je to možné instalovat podzemní kontejnery. 	Městský architekt Patrick Zandl Stavební komise	PROCESNĚ VYŠŠÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Instalace klecí a krytí kontejnerů na ulicích 	Prostor bude působit uspořádaněji a zamezí se rozhadzování odpadků okolo. Prostředí bude působit opečovávané a to odrazuje vandaly a lidem to dává pocit pořádku a bezpečí. Vzorem je Bratislavský projekt .
	Mobiliář	Manuál mobiliáře	<ul style="list-style-type: none"> Vytvoření nové koncepce pro mobiliář v obou městech, je možné sjednotit obě města jednotnou barevností nebo i tvaroslovím designu prvků. Nátěr, design a principy urbanismu. Je možné do značné míry adaptovat již hotové publikované koncepce z MIB Bratislava nebo IPR Praha. 	Městský architekt Odbor správy majetku	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Mobiliář sjednotí identitu města Brandýs-Boleslav Fotodokumentace stavu PŘED a PO 	Každý prvek nese specifickou část identity a pečlivá péče je časem hodně výrazná. I ty nejmenší zásahy je nutné pečlivě dokumentovat a ukazovat stav před a po.
		Veřejné osvětlení	<ul style="list-style-type: none"> Je dobré je zahrnout do koncepce pro mobiliář co se týká barvy nátěru a nákupu nových typů osvětlení. V parcích často stačí minimalistické osvětlení u země nebo podsvícené lavičky (podobně jako v parku na Moravském nám.) Příliš intenzivní svícení devastuje ekosystém a škodí zdraví člověka, platí o tom světový vědecký konsenzus a potvrdil to i senát a akademie věd ČR. Monitoruje se intenzita svícení i jeho barevnost. 	Technické služby Městský architekt Specialista na světelné znečištění	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Nahrazování starých lamp novými v jednotné konцепci Může trvat velmi dlouho, je důležité dotáhnout a prezentovat sjednocující koncepci 	Koherentní a subtilní pouliční osvětlení, které neškodí zdraví člověka ani přírodě. Podrobnosti ohledně světelného znečištění najdete v Kuchařce kultivace na straně 76.
STREET ART	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Je vhodné navázat spolupráci se street art umělci a domluvit každý rok několik intervencí v prostoru města. Nejlepšími adepty na zlepšení jsou stěny garáží a prázdné štírové stěny apod. Je lepší volit menší počet a adekvátně zaplatit kvalitním tvůrcům, než mít více intervencí v nízké kvalitě. Kvalitní street art je obsahem i formou vždy na míru lokalitě a pracuje s prostorem, není to jen obrázek nakreslený na stěnu. Proto jej nemůže dělat jakýkoli ilustrátor nebo malíř, ale musí to být specialista se zkušnostmi s terénem města. OPTIMÁLNÍ POSTUP: <ol style="list-style-type: none"> Zajistit objem financí, podle něj vytipovat plochy. Existuje v okolí výrobce nebo dodavatel barev jako sponzor? Vybrat autora intervence 3D/kachličkové/sprejerské/jiné Společně s Naše kultivovaná města a městskou architektkou odladit téma, zpracování a barevnost. Dodavatel dodá vizualizace nebo moodboard. Realizaci v terénu je vhodné provázat s další společenskou akcí a přizvat k akci místní obchodníky a gastro scénu. 	Starosta Brandýsko – Boleslavská městská a.s. Naše kultivovaná města, z.s. Externí dodavatel Sponzor	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> 1-3 nově pojednané ploch různé velikosti ročně, v závislosti na rozpočtu 	Koncepčně pojednané části města, které dnes tvoří jen nekoncepční shluk budov. Na místech vzniknou nové osobité dominancy.

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
ZAPOJENÍ VEŘEJNOSTI	Podpora místních podnikatelů (zklidnění dopravy)	Intervence na jedné z bočních méně exponovaných ulic	<ul style="list-style-type: none"> Na vybrané ulici (např. Michalovická) se rozšíří chodník a ve spolupráci s umělcem a místními dobrovolníky se udělá umělecké dílo na chodníku a silnici. Okraje se vymezí truhlíky s květinami, květináči se stromy nebo betonovými kusy drobného mobiliáře jako vymezení prostoru pro hru a pro průjezd aut. Také je možné uzavřít celou ulici výhradně pro pěší a cyklisty. Projekt je nutné konzultovat s dopravním specialistou nebo tvůrcem taktického urbanismu. Optimální je spolupracovat na celé věci s místními oblíbenými obchodníky, kteří dovedou nadchnout veřejnost. OPTIMÁLNÍ POSTUP: <ol style="list-style-type: none"> Vymyslet název kulturní akce – intervence. Např. Brandýs žije. Navrhnut přesný rozměr rozšíření chodníku a povahu ohrazení (květináče aj.) – městský architekt Nacenit barvy a práci s Naše kultivovaná města, z.s. Financování z Bloomberg Philantropies (?). Vytvořit vizualizace a vyjednat s Odborem památkové péče schválení intervence na 3 měsíce (ideálně 15. 6.–15. 9.). Ohlásit zábor na Technické služby a/nebo Odbor dopravy. Kontaktovat místní podnikatele. Následně přizvat ke spolupráci školy a poptat dobrovolníky přes podnikatele. 	Městský architekt a podnikatelé, případně dopravní specialisti Naše kultivovaná města, z.s. OPP Technické služby Odbor dopravy Tomáš Cach	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Ulice uzavřená např. na letní měsíce V případě úspěchu je možné uvažovat o trvalé změně Je nutné po celou dobu sbírat data, aspoň orientačně, a následně dělat participace s občany ohledně hodnocení projektu 	Zklidnění a racionalizace dopravy a městské mobility. Nové prostory pro hry dětí, k setkávání, pro restaurační zahrádky a případně i sport. Pro financování je možné využít Bloomberg Philantropies , kteří podobné projekty podporují po celém světě.
	Školní ulice	Program zklidnění školních ulic	<ul style="list-style-type: none"> Ve vybrané vhodné ulici je vhodné začít zklidňovat dopravu a umožnit dětem bezpečnější a svobodnější cestu do školy. S tímto projektem má hodně zkušeností spolek Pěšky městem, ty je vhodné přizvat ke spolupráci a sdílení know-how. Základ je začít se zklidněním na pár hodin denně v době, kdy jdou děti ze školy a do školy. Později může městský architekt ve spolupráci s umělcem navrhnut intervenci fyzicky ve smyslu podpory místních podnikatelů (viz výš). Tento projekt je většinou zpočátku chápán veřejnosti rozpačitě a docení jej až později, když mají konkrétní zážitky s dětmi a děti je samy přesvědčí o tom, že toto řešení chtějí. Není vhodné tímto projektem začínat celou strategii. Pokud chce radnice investovat, je možné rozšířit chodník v ulici trvaleji a dát tím dětem kolem školy více prostoru ke hře. Toho řešení je potřeba domyslet s dopravním specialistou a zhotovit se street art umělcem. 	Městský architekt + případně street art umělec + Naše kultivovaná města, z.s.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ NEBO BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> Bezpečnější cesta do školy a kvalitnější dětství pro děti 	Místní se naučí vozit děti do školy jinak, dopřejí jim chvíle svobody a větší samostatnosti, více času stráveného venku s kamarády, přirozeně cestou do školy (aspoň na jedné ulici).
POVRCHY	Manuál povrchů	–	<ul style="list-style-type: none"> Je potřeba udělat záznam koncepce dláždění a spárořezů pro reprezentativní prostory i ostatní části města. Aktuální stav je na půli cesty – evidentně existuje určitý styl a koncepce, ale nejsou dotažené a vstupuje tam řada přístupů, které působí nekonzistentně. To je škoda a je vhodné tyhle nedotažené pokusy usměrnit sjednocenou koncepcí. 	Městský architekt Technické služby	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	<ul style="list-style-type: none"> U nových rekonstrukcí se pojede podle nové, koncepčně ukotvené metodiky 	Dlažba se stane součástí identity města a bude více koherentní v určité lokalitě. Historické náměstí nemá stejnou koncepcí jako sídliště, jde o sjednocení v jednom prostoru.
VIZUÁLNÍ IDENTITA	Orientační systém	–	<ul style="list-style-type: none"> Navrhnut nové nosiče orientačního systému pro pěší. Materiálové řešení, umístění a barvy musí souviset s mobiliářem. Zvážit nezbytnost navigace do ulic pro motoristy a případně ji eliminovat. 	Město jako zadavatel a design studio jako dodavatel	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	<ul style="list-style-type: none"> Fotodokumentace stavu PŘED a PO Návrh nového designu nosičů orientačního systému 	Přehledný orientační systém pro pěší, založený na novém vizuálním stylu.

Podrobnosti ohledně legislativy a veřejná participace

V této strategii jde o základní přehled kroků. Shrnutí obecných postupů najdete v Kuchařce kultivace českých měst, kterou jsem napsala s předními odborníky na reklamu a veřejný prostor v ČR. Poskytuji ji ke stažení zdarma. Najdete tam podrobnější popis legislativy i fungování veřejné správy (kdo má co a jak vymáhat). Knížka je pojatá ve veselých barvách s líbivými ilustracemi, protože obsah je věnován poměrně depresivnímu tématu zmatené české legislativy kolem reklam. Najdete tam vše nezáživné, ale nezbytné k formálním náležitostem nastavování pravidel pro reklamu ve městě.



Klíčoví hráči projektu kultivace

VEDENÍ MĚSTA

Starosta a rada vybírají vhodné kroky z celé tabulky a ty pak můžou předložit veřejnosti k hlasování a další prioritizaci. Strategii spravuje pracovník radnice, který také koordinuje schůzky se všemi aktéry.

MĚSTSKÝ ARCHITEKT A SPRÁVCE URBANISTICKÉHO DETAILU

Městský architekt drží koherenci kroků navzájem a může také kontrolovat výsledky a stav v terénu. Může realizovat veřejné participace i pořádat edukační akce ohledně efektů kultivace a prezentovat její výsledky. Správce urbanistického detailu představuje klíčový dohled v terénu města. Kontroluje přítomnost vandalismu, stav a umisťování mobiliáře atd.

MĚSTSKÉ ORGANIZACE – OD POPELNIC PO DIVADLO

Městské organizace jsou buď svolné ke kultivaci, nebo ne. Vždy jde ale o bezpečnější pole než v případě práce se soukromým sektorem, kde častěji dochází ke konfliktům. Projekty navázané na městské organizace je proto vhodné brát jako snazší a lépe realizovatelné. Jakkoli mohou být vztahy složité, negativní vyznění směrem k veřejnosti je mnohem méně pravděpodobné.

PR ODDĚLENÍ A MARKETING

Zaměstnanci marketingového oddělení radnice musí počítat s prezentací kroků v pravý čas a věnovat se každému úspěšnému i méně úspěšnému kroku. Důsledná péče o každý výstup výrazně ulehčí práci s prezentací na konci volebního období.

OBČANÉ A OBCHODNÍCI

Projekt nemá šanci fungovat bez podpory občanů a spolupráce s obchodníky. Soukromý sektor musí pochopit základní principy benefitů kultivace. Například to, že zahrádka vždy vydělává více než parkovací místo nebo že kultivace fasády a označení provozoven přitahuje více zákazníků. Přehled argumentů pro podporu kultivace najdete na straně 90 v Kuchařce kultivace.

NEZISKOVKA NAŠE KULTIVOVANÁ MĚSTA

Jako autoři této strategie rádi pomůžeme všechny kroky zrealizovat, vyjednat je na radnici s obchodníky a prezentovat je veřejnosti. Nebojíme se participací a chceme vyprávět příběh hledání identity města spolu s vedením radnice.

Ukázky výsledků drobných i větších změn



Iniciativa majitele nemovitosti, zvýšení prestiže pronájmu a více stabilní nájemníci (Brno)



Výměna mobiliáře a odstranění outdoorových reklam (Brno)



Rekonstrukce nemovitosti v majetku města a aplikace manuálu dobré praxe reklam (Brno)

Ukázky výsledků drobných i větších změn



Redukce outdoorové reklamy a nová smlouva městské části s dodavatelem zastávek. Dopravní podnik má vlastní zastávky zcela bez reklam (Brno)

Aplikace dotačního programu pro majitele obchodů (Žďár nad Sázavou).



Vánoční trhy mají sjednocené označení a kurátorský vybrané prodávané produkty (Brno)

Jak začít?

Jak začít?

1.

VYBRAT
VEDOUCÍHO
STRATEGIE

Podrobnosti jsou na
začátku tabulky strategie.

2.

VYBRAT PRVNÍ
REALIZOVATELNÉ
KROKY

Míněno jako 5 prvních
kroků vhodných pro
tiskovou zprávu ke startu
projektu.

3.

PŘEDSTAVENÍ
PRVNÍCH KROKŮ
VEŘEJNOSTI

Částečná participace může
nadchnout veřejnost pro
změnu. Zveřejňuje se jen
těch 5 kroků, ne všechny.

4.

PRVNÍ REALIZACE
V TERÉNU
A ZÁZNAM

Do roka je nutné splnit
alespoň jeden krok
a validovat začátek
kultivace v očích veřejnosti.

*Jak můžeme
pokračovat?*

Naše kultivovaná města

Se svým neziskovým spolkem Vám ráda pomůžu odladit řadu dalších kroků:

- *Představení strategie a vybraných kroků veřejnosti*
- *Mini manuál dobré praxe reklam na míru*
- *Odborný obsah dotačního programu*
- *Výběr ulic pro dočasné intervence*
- *Propojení se street art umělci a designéry*
- *Zaškolení místního spolku pro organizaci Výlohy roku*
- *Participace a zapojení veřejnosti*
- *Vyjednávání s klíčovými partnery ze soukromého sektoru*
- *Terapie s negativně naladěnou veřejností*
- *Spolupráce s turistickým centrem na tvorbě suvenýrů*
- *Další rozvoj strategie*



Veronika Rút Fullerová

designérka, motor & srdce spolku

veronika@kultivovanamesta.cz

728 798 046

Naše kultivovaná města



Místo, kde žijeme, nám může sílu dávat nebo naopak vzít. My se staráme o to, aby nás města dělala silnější.



Pro město Brandýs nad Labem-Stará Boleslav vytvořila

Veronika Rút Fullerová

veronika@kultivovanamesta.cz

+420 728 798 046

veronikarut.com & kultivovanamesta.cz