

Výbor pro strategický rozvoj zápis č. 9/24

z jednání konaného dne 15.04.2024

Přítomni: 5 ze 7 členů.

Richard Kastner, Ing. Marie Vaškovcová, Ing. Zbyněk Sušil, Ing. Miroslav Polášek, Mgr. Jan Uherka
Omluven: Ing. Jan Kment, Ing. Ferdinand Kubáník,

Výbor byl při zahájení i v průběhu jednání usnášeníschopný.

Hosté:

Zahájení: 16:00 hodin

Ukončení: 19:15 hodin

PROGRAM:

1. Reklamní smog

Výbor se konal v rámci setkání vedení města s podnikateli nad tématem „Reklamní smog“ ve veřejném prostoru města.

1. Reklamní smog a jeho snižování ve veřejném prostoru města

Na úvod jednání proběhla panelová diskuze vedená zpracovateli materiálu k reklamnímu smogu z firmy Edurevolta, která již procesem snižování reklamního smogu provázela města Kopřivnice a Nový Jičín.

Na úvod panelové diskuze Ing. Arch. Víšková připomenula pravidlo, že: „míň je víc“.

Dále byly připomenuty tyto základní principy:

- Fasáda ani plot není reklamní poutač.
- Výloha má lákat dovnitř provozovny a ne polepem zakrývat výlohu
- Nepoužívejte pro reklamu PVC plachty.

V případě velkých národních, nadnárodních řetězců bychom chtěli docílit reklam jako ve velkých městech, i když se tomu brání, protože taková vkusná reklama je dražší než levné polepy výloh.

Město chce kultivovat veřejný prostor.

Zpracovatelé představili „Edukační karty“ k vybraným objektům města, které budou vodítkem pro všechny, kteří budou chtít provést změnu.

Problematiku zpracovatelé i město vnímá jako velmi citlivé téma, protože je velmi subjektivní, co je vkusná a již nevkusná reklama. Proto ji město chce řešit nejprve vzorově na vlastních objektech, které má i samo město nevkusně označené.

Veřejný prostor není to co zbylo, nic posledního, ale nejhodnotnější prostor pro všechny.

Po hodině prezentace byla zahájena diskuze mezi přítomnými:

Doporučení na seznámení např. Apple – manuál – velmi striktní; návrh na stanovení několika fontů, které by k sobě ladily – zejména pro výlohy na náměstí.

Reklamní trh se z 90 % odehrává online. Zaskládání áčky veřejného prostoru je již neakceptovatelné.

Předseda navrhuje, aby živnostníci při zařizování živnosti byli poučeni – předána jim brožura, která ukáže co je vkusná akceptovatelná reklama – tato brožura bude výstupem celého projektu řešení reklamního smogu.

Pan Uherka upozornil na bezpečnostní rizika reklamních áček a předzahrádek z hlediska bezpečnosti (nevidomí, slabozrací, imobilní).

Paní starostka znovu připomněla, že město nechce nikomu nic nařizovat, určovat. Chce se, aby byl Brod jednoduše pěkný, nezaneřádný od násobných reklam.

Akce se zúčastnilo 30 osob. Předseda výboru navrhuje, aby obdobná setkání byla nahrávána a následně uveřejněna na youtube kanálu města (cojevbrode) – bez navazující diskuze, aby nebylo nutné řešit souhlasy diskutujících osob a nebylo to pro probíhající diskuzi limitující.

USNESENÍ:

Výbor pro strategický rozvoj neschválil žádné usnesení.

Hlasování: PRO: 0, PROTI: 0, ZDRŽEL SE: 0

2. Různé

Další možné termíny pro jednání výboru jsou tyto: 27.05., 15.07., 26.08., 23.09., 21.10., 18.11. 2024 od 15:30.

Bude se projednávat program:

1. Podpora snižování reklamního smogu
2. Výstupy ze Studentského fóra 2024
3. Různé

Zapsal: Mgr. Pavel Chramosta

Richard Kastner
předseda výboru