

STRATEGIE KULTIVACE
pro Říčany

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 v červenci roku 2024. 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 lze vidět příklad 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 budou dodržovat ani že budou vždy stoprocentně fungovat. 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.



K čemu je strategie kultivace?

Není vhodné zaměňovat chaos za svobodu

Na obrázcích vpravo je vidět princip změny. Jde o fiktivní příklad, který ilustruje vztah většiny lidí k vizuální kvalitě veřejného prostoru. Na základě libivosti a atraktivity prostředí si 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 prostor 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 (například Paříž, Londýn, New York a přes 1 500 dalších měst po celém světě).



K čemu je strategie kultivace?



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 fotografiích 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 se změnami vnímanými pozitivně. 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 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 Říčanech?*



Co je skvělé v Říčanech?



Atmosféra malého města minulého století, která je živá na řadě míst po městě.



Město má drobná zákoutí s různými typy využití a je vhodné touto cestou rozvíjet centrum i periferii.



Gastro scéna je na skvělé úrovni.



Město dobře komunikuje s občany na různých nosičích v celém městě.

Co obsahuje tato strategie?

Strategie na následujících stranách slouží jako sada doporučení. Na jejich základě může vedení města stanovit priority a vybrat preferované a realizovatelné kroky. Veřejnost hlasováním zvolí, které z vybraných kultivačních kroků upřednostňuje, a těmi je vhodný projekt odstartovat. Pak je snazší vše obhájit. Strategie se dělí na tyto okruhy:



Jak číst strategii?

Na prvních stranách je přehled vybraných největších příležitostí ke změně, doprovazený ilustračními fotografiemi.

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

Design provozoven – manuál a dotační program

OBJEKT

Obchody, restaurace a další služby

PROBLÉM

Některé provozovny by potřebovaly pobídku k citlivějšímu zacházení s vlastní propagací.

ŘEŠENÍ

Vytvoření minimanuálu pro reklamu provozoven, který se použije jako podklad pro dotační program. Na základě něj lze šetrně a pozitivním způsobem usměrnit reklamu provozoven, které se samy přihláší. Do manuálu je vhodné zařadit i restaurační zahrádky.

PŘÍLEŽITOST

Obchody získají a centrum města kulturu prostor obchodníci získají konkurenceschopnost.



Tabulka kultivačních kroků

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP
PROVOZOVNY	Manuál dobré praxe reklam		- Manuál dobré praxe reklamy na provozovnách (firemní nápisy, výstrže, 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 cokoliv větší 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. - Manuál není nutné zpracovávat tak rozsáhle, jako v případě Brna, bude stačit zkrácená verze podle modelu neziskového spolku Naše kultivovaná města. Nabídneme pro města zkrácenou verzi, která se jim upraví na míru a zpracuje za výrazně nižší cenu, než kdyby musel být vytvořen nový manuál.	Městský architekt a Naše kultivovaná města nebo jiný dodavatel	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	• Brožura v PDF a pro tisk
	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s majiteli nemovitostí	Dotační program	- Dotační program na opravu fasád výměnou za dodržení výše zmíněného manuálu dobré praxe reklam. Majitel získá příspěvek na opravu fasády a hřídá své nájemníky, aby dodržovali určité zásady pro reklamy. - Majitel domu se může zavázat hlídat reklamy u jakéhokoli nájemníka po dobu např. pěti až deseti let.	Městští právníci Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	• Obchody v rámci jednoho domu mají jednotný systém, který je přehledný pro nákupce.
	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s obchodníky	Dotační program	- Dotační program na nové označení provozoven výměnou za dodržení manuálu dobré praxe reklam nebo alespoň jeho částí. - Dotační program má povahu motivační regulace, je zde ale vyšší riziko, že se provozovna přestěhuje nebo zkrachuje, a nejde o stabilní investici jako u majitelů nemovitostí. - Při zapojení lokálních podnikatelů musí být respektována 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 ji bytyn, může se dostat do problémů. - Ve Žďaru nad Sázavou zvolili výpisi dotačního programu	Městští právníci Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	• Jednotlivé obchody n kvalitnější vnější zna. Nejlepší to funguje tam, kde je v domě pouze provozovna.

PROCESNÍ NÁROČNOST = předpoklad zatížení municipality při změnách nebo organizaci

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

Kultivace



*Tyto kroky se týkají převážně městských organizací
a institucí veřejné správy, konflikty s veřejností jsou
nepravděpodobné.*

Design provozoven – manuál a dotační program

OBJEKT

Obchody, restaurace a další služby

PROBLÉM

Některé provozovny by potřebovaly pobídku k citlivějšímu zacházení s vlastní propagací.

ŘEŠENÍ

Vytvoření minimanuálu pro reklamu provozoven, který se použije jako podklad pro dotační program. Na základě něj lze šetrně a pozitivním způsobem usměrnit reklamu provozoven, které se samy přihlásí. Do manuálu je vhodné zařadit i restaurační zahrádky.

PŘÍLEŽITOST

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



Některé provozovny mají nedotažené prezentace vlastní značky, což je poškozuje v očích zákazníků.



Ukázka aplikace dotačního programu ze Žďáru nad Sázavou

Ukotvení koncepce mobiliáře

OBJEKT

Koše, lavičky, lampy, sloupky aj.

PROBLÉM

Prvky mobiliáře mají určitou koncepci, ale není to přenositelný systém do budoucna.

ŘEŠENÍ

Definovat oblasti vhodné ke sjednocení mobiliáře na úrovni ulic a náměstí a ukotvit je do koncepce nebo katalogu mobiliáře. Tím bude stav terénu přenositelný na kohokoli v budoucnu.

PŘÍLEŽITOST

Mobiliář dobře dotvoří vizuální identitu města. Obyčejné ulice budou mít pečlivěji vyladěný vzhled.



Ukázky cyklostojanů a laviček nekonzistentních tvarů a z rozličných materiálů. V rámci jedné části města, ulice nebo náměstí mohou mít všechny sjednocený nátěr, případně i materiál. Toto řešení už je na cestě, jen je potřeba jej ukotvit a hlídat dodržování koncepce.



Nová koncepce se již aplikuje v terénu města, ale není ukotvená v dokumentu, který by know-how přenášel mezi zaměstnanci (corporate memory). To je vhodné dodatečně vytvořit podle zkušeností z terénu.

Design a identita mobiliáře – inspirace

Ukázky mobiliáře, povrchů a suvenýrů s propsanou identitou města

Bruggy



Lavička



Koš



Orientační systém



Markýzy na náměstí

Bratislava



Lavička s květináčem



Krytí odpadů a rozvaděčů



Povrch



Suvenýr (mikina)

Design a identita mobiliáře – inspirace

Ukázky mobiliáře s propsanou identitou města

Lanškroun



Zábradlí se znakem města



Mikulov



Krytí popelnic – označení města je zbytečně výrazné, ale celkové provedení prostor kultivuje.



Koše a lavičky v jedné barevnosti v areálu zámku Mikulov

Karlovy Vary (kolonáda)



Lavička a koš



Stánek



Krytí technického zázemí



Zábradlí a lampa

Ukotvení koncepce povrchů

OBJEKT

Povrchy chodníků a vozovek napříč městem

PROBLÉM

V terénu jsou skvěle dotažená místa, ale chybí celková koncepce pro město.

ŘEŠENÍ

Vytvoření koncepčního uchopení spárořezu a dlažby pro historické centrum a předměstí. Je vhodné navázat na některé existující standardy povrchů (např. bratislavské jsou zdarma ke stažení). Nejde o to předělávat stávající povrchy, ale mít klíč k řešení v případě nových realizací.

PŘÍLEŽITOST

Povrchy v určité oblasti budou vždy působit sjednoceně a dodají jí specifický ráz. Čím kvalitnější je dlažba, tím déle vydrží a tím lepší dojem budí celá lokalita. Nejde o rychlou změnu, ale koncepce může vzniknout do konce volebního období a je možné ji prezentovat.



Ukázky různých povrchů. Je znát, že ve městě v terénu koncepce je, jen je vhodné ji zpětně ukotvit do jednoho dokumentu.



Povrchy před hlavním nádražím jako ukázka, kterou je vhodné ukotvit jako koncepci používanou při dalších rekonstrukcích. V historickém jádru i na náměstích můžou fungovat paralelně různé systémy, ukotvené v jedné koncepci.

Kultivace rozvaděčů

OBJEKT

Rozvaděče a technické vybavení na ulicích

PROBLÉM

Rozvaděče jsou často tagované nebo s ilegálním výlepem

ŘEŠENÍ

Plochu je vhodné buď pravidelně čistit nebo pojednat ve spolupráci s umělcem. Vždy je vhodné plochu uklidňovat a nemotivovat vandaly k dalším intervencím. Čím pečlivěji prostor spravujeme, tím víc demotivujeme vandaly k devastaci prostranství.

PŘÍLEŽITOST

Město se zbaví nelegálního výlepu a vandalismu a může získat nové miniaturní sochy v prostoru. Je dobré navázat na realizace Psího podchodu a Myšlenkového podchodu, aby to podpořilo identitu města. Je možné vybrané rozvaděče pouze zatřířit a s jinými si vyhrát a udělat z nich monument.



Ukázka tagovaného rozvaděče s ilegálním výlepem. Samotný výlep je možné eliminovat ozrněným nátěrem, na kterém žádné samolepky ani plakáty nedrží.



Rozvaděč řešený ve spolupráci s ilustrátorem (Gent).



Rozvaděč natřený tmavě zelenou barvou tak, aby splynul se zelení (Sevilla).

Odpady

OBJEKT

Kontejnery na komunální a tříděný odpad

PROBLÉM

Kontejnery výrazně hyzdí dané místo a snižují jeho kulturu.

ŘEŠENÍ

Existuje strategie door-to-door servisu, do zbývajících stanovišť je tedy vhodné adekvátně investovat. Je vhodné kontejnery buď nahradit podzemními nádobami, nebo je umístit do klecí, které je částečně nebo zcela zakryjí. Mohou být kryté perforovaným plechem s motivy města, konstrukcí pro popínavé rostliny apod.

PŘÍLEŽITOST

Město se zbaví nevzhledných utilitárních prvků. Design klecí by měl navazovat na design městského mobiliáře (barva, materiál, tvarosloví apod.) a na existující gabionové krytí.



Provizorní kontejnery



Konstrukce z nejlevnějších materiálů stále vytváří dojem úhlednosti (Lanškroun).



Krytí živým plotem a popínavými rostlinami (Ústí nad Orlicí)

Orientační systém

OBJEKT

Směrovky orientačního systému

PROBLÉM

Jsou provizorní, unifikované a často zbytečné

ŘEŠENÍ

Je možné je zcela odstranit. Případně je možné vyvinout nový design ve spolupráci s architektem a udělat jej na míru pěším.

PŘÍLEŽITOST

Prostor města se očistí od nadbytečných směrovek, nové budou jen pro chodce, budou nižší a lépe čitelné.



Orientační systém pro motoristy je vhodné eliminovat na nezbytné minimum a prostor města tím očistit.



Ukázka orientačního systému pro pěší v Příbrami.

Zeleň

OBJEKT

Drobné plochy zeleně a dekorace

PROBLÉM

Město má dobře nakročeno, ale chybí celková koncepce, která by vytvářela celoročně pohledově zajímavou zeleň.

ŘEŠENÍ

Vytvořit spolu s krajinářem koncepci pro zeleň. Na tu navazuje plán péče po měsících a týdnech. Touto cestou získáme kvalitní výsledky velmi rychle. Je možné začít na malých plochách a postupně.

PŘÍLEŽITOST

Touto cestou je možné zvelebit i velmi nepříjemná místa, která jsou nepřátelská pro chodce nebo nevalné kvality. Velké komplexní rekonstrukce jsou přínosné, ale trvají velmi dlouho. Tyto intervence lze realizovat rychle.



Dekoratивní plocha náročná na údržbu, která nepodporuje diverzitu zeleně.



Pohledově atraktivní zeleň s větší diverzitou.

Výsadba stromořadí

OBJEKT

Stromořadí jako ochrana před vedrem

PROBLÉM

Nové klimatické podmínky s extrémním suchem, vedrem a přivalovými dešti vyžadují chytřejší práci s modrozelenou infrastrukturou města kvůli ochraně obyvatel.

ŘEŠENÍ

Vhodná je výsadba nových solitérů i alejí ve spolupráci s městským krajinářem na základě koncepce. Je dobré upřednostnit odrůdy, které odolají zhoršujícím se podmínkám v budoucnu. Vše musí řídit odborník s praxí v terénu.

PŘÍLEŽITOST

Aleje jsou výraznou součástí identity města a plní nezastupitelnou funkci ochrany obyvatel před prachem a vedrem. Vedro je jediné počasí, se kterým si lidské tělo neumí poradit, proto města, která budou poskytovat možnost pohybu ve stínu budou mít velkou konkurenční výhodu oproti ostatním.



Ulice s dostatečnou šířkou pro pohodlnou pokládku sítí i výsadbu stromořadí.



Evropská města (Miláno, Berlín, Barcelona aj.) dlouhodobě investují do kvalitních stromořadí, která poskytují čistší vzduch, nižší prašnost, až o 12 stupňů chladnější teplotu a maximální komfort pro obyvatele. Stín umožňuje výdělek pro místní podnikání i během nepříjemných veder. Foto je z Berlína.

Vodorovné dopravní značení

OBJEKT

Vodorovné dopravní značení

PROBLÉM

Město protíná řada silnic, které vypadají jako dálnice a nenutí řidiče zpomalit. V důsledku toho jezdí auta oblastí příliš rychle a jsou nebezpečná pro chodce a děti.

ŘEŠENÍ

Kultivace mobiliáře a zpomalovačů na vyšší vizuální úroveň. Pokud dojde ke stavební úpravě, je vhodné vozovku zúžit a maximum ploch dláždit tak, aby řidič vizuálně věděl, že není na dálnici, ale ve městě. V krátkodobém řešení stačí sloupky, květináče apod.

PŘÍLEŽITOST

Řidič, který jede užší vozovkou a má pocit, že je ve městě sám zpomalí. Rizikové ovlasti je vhodné v nejbližší době opatřit sloupky podle koncepce mobiliáře, případně květináči apod.



Provizorně řešené sloupky a vodorovné značení



Zúžení vozovky kolem přechodu v Tiraně. Foto: Petra Marko

Péče o drobné památky

OBJEKT

Sochy, kříže a drobné historické objekty ve městě

PROBLÉM

Často jsou poutavé a v dobrém stavu, ale okolí je zanedbané a proto nevyniknou

ŘEŠENÍ

Očistit okolí od dopravního značení, nekvalitního zábradlí, investovat do opravy soklů nebo povrchů a mobiliáře v bezprostřední blízkosti.

PŘÍLEŽITOST

Z upozaděných detailů se stanou malé okouzující dominanty, které docení místní i turisté. Dobře dotvoří kouzlo menšího města s malebnou přírodou.



Historický symbol jako prozatím nevyužitá příležitost.



Ukázka sochy, které kvalitní úprava okolí dodává důležitost a význam. Foto je generované AI pro co nejlepší popisnost. Inspirací z reálného světa může být práce s historickými detaily v Římě a malých severoitalských městech.

Hrad

OBJEKT

Hrad a jeho okolí

PROBLÉM

Pomátka i okolí jsou v zanedbaném stavu, přitom by mohlo jít o ikonickou součást městské identity.

ŘEŠENÍ

Staticky zajistit památku ve spolupráci s majitelem (správcem) a pořádání drobných kulturních akcí s vyladěnou atmosférou na míru místu – komorní koncerty, divadlo, videomapping.

PŘÍLEŽITOST

Nevyužitý monument se stane ikonickým symbolem města, za kterým přijedou lidé i z okolí. Stárnoucí památky mají obrovské kouzlo, které nejde ničím nahradit a bývají velmi oblíbené, proto stojí za to se tím zabývat.



Aktuální stav zříceniny s cedulkou ohledně nepřístupnosti. Velikost památky nehraje roli, prostor kolem zříceniny může při správném osvětlení a úpravě působit stejně magicky jako mnohem větší památky.



Scénické nasvětlení ruiny kostela Rosa Coeli v Dolních Kounicích, kde se často konají komorní akce.

Park

OBJEKT

Park A. Švehly

PROBLÉM

Park nemá vhodnou koncepci pro multifunkční využití

ŘEŠENÍ

Rekonstrukce je již v procesu. Je potřeba navrhnout spolu s architektem a krajinářským architektem novou koncepci pro park a postupně ji realizovat. Může jít o architektonickou soutěž nebo postupnou přeměnu. Na řešení se mohou podílet děti nebo studenti jako v minulosti.

PŘÍLEŽITOST

Park bude stále částečně participační, ale nová koncepce mu dodá větší užitnost a bude možné např. zasadit nové stromy a inovovat i mobiliář. Lidé získají skvělé místo k odpočinku v centru města. Je možné také zapojit místní okrašlovací spolek s dlouhou historií.



Aktuální stav parku s nevyhovující zelení a neutěšenými povrchy



Relaxační zóna parku na Moravském náměstí s atrakcemi pro děti, posezením a kvalitními povrchy. Výsledek architektonické soutěže (Consequence form architects).

Tabulka kultivačních kroků

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
PROVOZOVNY	Manuál dobré praxe reklam		- 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 cokoliv 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. - Manuál není nutné zpracovávat tak rozsáhle, jako v případě Brna, bude stačit zkrácená verze podleustru neziskového spolku Naše kultivovaná města. Nabízíme pro města zkrácenou verzi, která se jím upraví na míru a zpracuje za výrazně nižší cenu, než kdyby musel být vytvořen nový manuál.	Městský architekt a Naše kultivovaná města nebo jiný dodavatel	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	Brožura v PDF a pro tisk	Město bude prezentovat svou vizi 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 pro svou značku vyžadují garanci solidního prostředí.
	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s majiteli nemovitostí	Dotační program	- 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. pěti až deseti let.	Městští právníci Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	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.
	Aplikace manuálu pro reklamu, spolupráce s obchodníky	Dotační program	- Dotační program na nové označení provozovny výměnou za dodržení manuálu dobré praxe reklam nebo alespoň jeho části. - Dotační program má povahu motivační regulace. Je zde ale vyšší riziko, že se provozovna přestěhuje nebo zkrachuje, a nejde o stabilní investici jako u majitelů nemovitostí. - Při zapojení lokálních podnikatelů musí být respektována 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 ji byznys, může se dostat do problémů. - Ve Žďáru nad Sázavou zvolili vypsání dotačního programu bez ohledu na příjemce s omezením počtu žádostí na jednoho žadatele (obchodník nebo majitel nemovitosti) a maximálním rozsahem dotace. Podrobnosti jsou k dispozici ve výzvě. Důležitou roli hraje referent, který na projekt dohlíží, bez něj tyto programy ve městech nemají pozitivní výsledky.	Městští právníci Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	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 závislosti a konkurenčním boji. Zpravidla to funguje a ostatní obchodníci také chtějí kvalitnější označení.

Tabulka kultivačních kroků

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
MĚSTSKÝ MOBILIÁŘ	Koncepce	Koše Lavičky Sloupky Zábradlí	- Vytvoření nové koncepce pro mobiliář, která zohledňuje stávající aplikace v terénu a umožní zaměstnancům radnice celou věc lépe uchopit. Jde zpravidla o nátěr, design a principy urbanismu. - Je možné do značné míry adaptovat již hotové, publikované koncepce z MIB Bratislava nebo IPR Praha. - Je možné vyvinout vlastní design pro jednotlivé nosiče nebo pro kompletní sadu. Vždy je nutné myslet na ekonomickou udržitelnost a snadnou údržbu. Město má ale natolik výraznou architektonickou identitu, že si podobnou investici zaslouží.	Městský architekt nebo externí dodavatel	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Koncepce pro mobiliář - Katalog mobiliáře - Design a výroba nosičů - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Každý prvek nese specifickou část identity a svědomitá péče je časem hodně výrazná. I ty nejmenší zásahy je nutné pečlivě dokumentovat a ukazovat stav PŘED a PO.
	Kultivace rozvaděčů	–	- Očištění rozvaděčů od graffiti a ilegálního výlepu. - Ilegální výlep jde zneomnožit ozrněným nátěrem, také je možné vyjednat s organizátory kulturních akcí, které město podporuje, že město podporu stáhne. - Druhou cestou je vytipovat vybrané rozvaděče na zajímavých místech a pojednat je ve spolupráci s ilustrátorem v jedné nebo dvou barvách. Strakaté řešení by mohlo působit zanedbaně a podněcovat k dalšímu tagování.	Městský architekt nebo externí dodavatel Ilustrátor nebo jiný umělec	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- Galerie pod širým nebem nebo jednoduše kultivovaný utilitární mobiliář - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Poškozené objekty opticky zmizí nebo se naopak stanou drobnou dominantou v zeleni.
	Odpady	Kontejnery	- 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.). - 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 nebo externí dodavatel	PROCESNĚ VYŠŠÍ S INVESTICÍ	- Instalace klecí a krytí kontejnerů na ulicích - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Prostor bude vypadat uspořádaněji a zamezí se rozhazování odpadků okolo. Prostředí bude působit opečovávaně, což odráží vandaly a lidem to dává pocit pořádku a bezpečí.
POVRCHY	–	–	Je potřeba udělat záznam koncepce dláždění a spárořezů pro reprezentativní prostory i ostatní části města.	Městský architekt Městská organizace, která pečuje o dláždění	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	U nových rekonstrukcí se pojede podle nové, koncepčně ukotvené metodiky	Dlažba se stane součástí identity města a bude v jednotlivých lokalitách více koherentní. Historické náměstí nemá stejnou koncepci jako sídliště, jde tedy o sjednocení v jednom prostoru.
DOPRAVNÍ ZNAČENÍ	Dopravní značení	–	- Je vhodné kultivovat zúžení vozovky tak, aby působilo víc městsky – dlážděním, mobiliářem apod. - Je možné instalovat květináče s přehlednou zelení nebo sloupky a případně další mobiliář.	Městský architekt Odbor dopravy Policie ČR	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE	- Fotodokumentace stavu PŘED a PO - Očištěný a kultivovaný prostor	Bezpečnější a pomalejší doprava městem

Tabulka kultivačních kroků

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
ORIENTAČNÍ SYSTÉM	–	–	- Je vhodné eliminovat standardizované směrovky pro motoristy. Užitelné řešení nepřispívá k osobitě identitě a je vhodné jej odstranit. - Případně je možné vyvinout vlastní design navigačních směrovek pro pěší.	Technické sítě nebo správa konstrukcí, na kterých je orientační systém Externí dodavatel pro orientační systém	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ NEBO BEZ NÍ	Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Přehlednější prostor bez nadbytečných směrovek a cedulek
ZELEŇ	Plán na týdně a měsíce podle vytvořené koncepce	–	- 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. - Vhodné je počítat s výsadbou stromořadí.	Krajinář se zkušenostmi v terénu, nemusí mít nutně autorizaci A3.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Drobné realizace v horizontu jednoho roku - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Důsledně spravované detaily, které budí dojem, že o místo někdo pečuje. Řada pozitivních příkladů kultivace v krátké době vhodná k prezentaci veřejnosti.
	Revitalizace parků		- Je možné vypracovat novou krajinářskou koncepci a park postupně rozvíjet. - 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, soutěže se týkají externích dodavatelů.	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Pohodlnější prostředí, vhodné pro delší pobyty, inkluzivní pro seniory, matky s kočárkem a další - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Parky jsou využívány na maximum, v celé ploše a různou formou.
PÉČE O DROBNÉ PAMÁTKY	Kultivace drobných historických prvků, které nesou identitu města	Kříže, solitérní sochy	- Vytipovat prvky a zrealizovat revitalizaci jejich bezprostředního okolí. - Může jít o prosté čištění povrchů, nový nátěr konstrukcí anebo instalaci nové zeleně a mobiliáře pod taktovkou městského architekta a krajinářského architekta.	Městský architekt	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Očištěné, reprezentativní prvky, které vytvoří nové drobné dominanty okolí - Vycházka s městským architektem Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Město získá nové prvky identity a ocení je místní i turisté.
HRAD	–	–	- Zřícenina je v dezolátním stavu, který neumožňuje ani prohlídku z blízka. Je vhodné vyřešit statické zajištění stavby a začít zde organizovat drobné komunitní akce. - Je vhodné ve spolupráci s městským architektem nebo externím dodavatelem pracovat s nasvícením. Osvětlení může fungovat jen při akcích, aby nedošlo ke zbytečnému světelnému znečištění.	Městský architekt Externí dodavatel	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- Lepší propagace skrz kulturní akce - Nová fotogenická dominanty města	Obyvatelé získají nový symbol města a prostor pro kvalitní komunitní zážitky.
STREET ART	–	–	- Je vhodné navázat spolupráci se streetartovými umělci a domluvit každý rok několik intervencí v prostoru města. - Nejllepšími adepty na zlepšení jsou stěny garáží, prázdné štítové stěny apod. - Je lepší volit menší počet intervencí a adekvátně zaplatit kvalitním tvůrcům, než jich mít více v nízké kvalitě. - Kvalitní street art je obsahem i formou vytvořen vždy na míru lokality a pracuje s prostorem, není to jen obrázek nakreslený na stěnu. Proto jej nemůže dělat jakýkoli ilustrátor nebo malíř, ale musí to být specialista.	Městský architekt Naše kultivovaná města	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	Jedna až tři nově pojedenané plochy různé velikosti ročně, v závislosti na rozpočtu	Koncepčně pojedenané části města, které dnes tvoří jen nekoncepční shluk budov. Na různých místech vzniknou nové osobité dominanty.

Nastavení pravidel



*Potenciálně kontroverzní kroky, může dojít ke
konfliktům se soukromým sektorem.*

Plastové plachty

OBJEKT

Plastové plachty na fasádách, plastové bannery

PROBLÉM

Nevhodně umístěné, příliš velké plochy snižují atraktivitu veřejného prostranství. Negativně ovlivňují pozornost řidičů.

ŘEŠENÍ

Vydání nařízení a postupná eliminace plastových plachet v celém městě. Pokud je to pro vyjednávání nutné, je možné nabídnout některým inzerentům kompenzaci, a to například nosiče města nebo reklamu v kulturním domě apod.

PŘÍLEŽITOST

Očištění prostoru města a ochrana pozornosti řidičů, cyklistů i chodců. Platí to také pro plastové bannery na zábradlích u přechodů, kde reklamy kryjí za nimi stojící chodce, zejména děti.

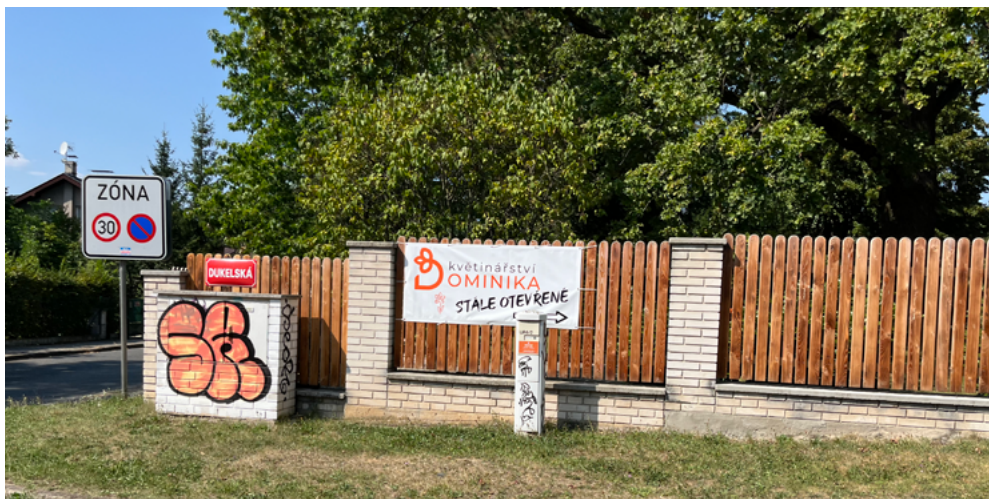


Plastová plachta, která koliduje s dopravním značením



Odstranění pomocí nařízení

Plastové plachty



Plastové plachty na zábradlích a fasádách

Trhy

OBJEKT

Sezónní trhy na náměstí

PROBLÉM

Chaotické amatérské řešení prezentací působí odpudivě.

ŘEŠENÍ

Sjednocení barevnosti do několika odstínů, sjednocení velikosti a metriálu nápisů. Je vhodné je vyrábět centrálně. Radnice by ideálně také měla investovat do designu stánků a prodejcům je pronajímat.

PŘÍLEŽITOST

Zpřehlednění a zatraktivnění stánků přitáhne více lidí a tržiště si vždycky zachová přirozenou živelnost.



Současné stánky. Je žádoucí, aby si stánky uchovaly unikátní lokální charakter, ale aby také počítaly s nutností prezentovat menu nebo hlavní navigační nápis podniku.



Inspirace regulací stánků v Brně s integrovaným, centrálně vyráběným nápisem. Často stačí i definované místo pro dopsání nápisu.

Trhy

Ukázky sjednoceného designu trhů

Brno



Sjednocený design je pro každé náměstí jiný.



Gastro zóna



Náměstí Svobody



Drobné designové stánky na míru

Jablonec nad Nisou



Design i materiál jsou na hlavním náměstí jednotné, ale chybí prostor pro firemní označení.



V uličkách kolem náměstí jsou stánky světlé bez brandingů.



Osobité pojízdné stánky



Gastro stan bez brandingů

Tabulka nastavení pravidel

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
OUTDOOROVÁ REKLAMA	Plachty a bannery na zábradlích a na fasádách		POPIS: Jde o plastové reklamní plachty různých velikostí, které jsou upevňované horolezecky a nemají nosnou konstrukci. Nejsou v gesci stavebního úřadu a ten je nemůže regulovat. Týká se také převěsů nad ulicemi. MAPOVÁNÍ: Je nutné zmapovat nosiče všech velikostí a udělat si přehled o všech majitelích a umístění plachet. PRAVIDLA: Dohodnout se s firmami, které plachty používají k inzerci, a nabídnout jim jiný typ propagace. Je možné vydat nařízení a na území města je zakázat. KONCEPCE: Není vhodná. DOHLED: Terén by měl dozorovat správce urbanistického detailu a hlídat, že všichni drží slovo a dohoda je fér.	Správce urbanistického detailu	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE	- 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 bude vymáhat živnostenský úřad. Příklad z Prahy.
	Plakátovací plochy a rotundy		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. Rotunda je kulatá verze plakátovací plochy, buď se skleněným pláštěm, nebo bez něj. MAPOVÁNÍ: Plakátovací plochy zpravidla vlastní soukromá agentura. 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 umístování a design všech plakátovacích ploch a rotund. Součástí musí být i materiálové řešení nosičů v návaznosti na mobiliář. DOZOR: Je nutné monitorovat výsledky, a to jak umístění, tak provedení podle nové koncepce.	Soukromá agentura nebo městská organizace	PROCESNĚ VYŠŠÍ BEZ INVESTICE NEBO S INVESTICÍ	- 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.
	Horizonty na sloupech veřejného osvětlení a ilegální reklama		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 obdoby tohoto nosiče, které nemají pevnou konstrukci a volně se přichycují na sloupy, tvoří je různé desky a lepenky. Typicky jde o krátkodobé kampaně cirkusů. MAPOVÁNÍ: Je nutné zmapovat jejich stav a nafotit je. PRAVIDLA: Je třeba se dohodnout s městskou organizací na odstranění. KONCEPCE: Není vhodná. DOHLED: Důsledně prověřovat dodržování nařízení po celém městě, vztahuje se také na ilegální imitace z kartonu.	Správa technických sítí	PROCESNĚ NÍZKÁ BEZ INVESTICE	Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Bezpečnější a přehlednější veřejný prostor

Tabulka nastavení pravidel

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
PROVOZOVNY	Áčka		• POPIS: Tzv. áčkové a íčkové stojany před provozovnami • MAPOVÁNÍ: Je vhodné dokumentovat všechny nosiče v terénu během otevírací doby provozoven po dobu jednoho až dvou týdnů. • PRAVIDLA: Snižít jejich počet je možné zvýšením místního poplatku za zvláštní užívání komunikace. To většinu obchodníků odrazuje. Důležité je měřit všem 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 pravidel může kontrolovat správce urbanistického detailu	PROCESNĚ STŘEDNÍ BEZ INVESTICE	• Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Chodníky budou bez zbytečných bariér, prostornější a pohodlnější pro obyvatele.
TRHY	Sezónní trhy na náměstí		• Je potřeba vybrat nový design stánků ve sjednocené barevnosti s jednotným umístěním firemních nápisů a menu nabídek. • Předpisy je nutné zanést do nájemních smluv. • Je nutné s nájemníky projednat všechny změny, aby nedošlo ke zbytečným nedorozuměním.	Dodržování pravidel může kontrolovat správce urbanistického detailu	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	• Fotodokumentace stavu PŘED a PO • Vyjednávání	Trhy budou mít sjednocený vzhled a zachovají si živelnou, inspirativní podobu, která návštěvníky naláká.

Zapojení veřejnosti



Přizvání místních spolků a aktivních nadšenců ke spolupráci. Kvalitní veřejný prostor potřebuje vždy spolupráci občanů, soukromníků i veřejné správy.

Design provozoven – soutěž o nejlepší výlohu

OBJEKT

Primárně lokální obchody s vlastními produkty

PROBLÉM

Lidé nevnímají hodnotu lokálního podnikání oproti nadnárodním značkám a místní podnikatelé nejsou zvyklí spolupracovat a utvářet prostor města.

ŘEŠENÍ

Zorganizování jedné z forem soutěže o výlohu roku. Je možné pozvat designéry, propojit je s podnikateli a vytvořit specifické soutěžní instalace na míru. Vítěze zvolí veřejnost i odborná porota.

PŘÍLEŽITOST

Obchodníci zjistí, co znamená investice do designu pod drobnohledem médií a veřejnosti a jakou to má hodnotu pro jejich značku a podnikání. Do budoucna ideálně zafinancují provoz soutěže z větší části sami. Primárně nejde o očišťování, ale o novou inspiraci.



Někteří obchodníci mají kultivovanou prezentaci, ale nejsou zvyklí pracovat s výlohou ani nejsou v živém kontaktu s ostatními místními obchodníky. To je dobré změnit a pozitivně je motivovat, aby investovali do prezentace i okolí provozovny víc.



Ukázka soutěžící nadace Veronica, která po vlastní ose investovala i do změny označení a fasády. Dřívější účastníci soutěže dnes zpravidla investují do kulturního programu nebo dalšího designu výloh.

Adopce zbytkové zeleně

OBJEKT

Drobné plochy zeleně

PROBLÉM

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

ŘEŠENÍ

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

PŘÍLEŽITOST

Lidé nejvíc 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, optimální jsou předzahrádky u vstupů do bytových domů.



Sdílené, volně přístupné předzahrádky s posezením a záhony (Gent, Belgie)

Pronájem sdílených zahrad

OBJEKT

Drobné plochy ve vnitrobloku a u sídliště

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 formách využití a následně kroky realizuje buď částečně s podporou města nebo bez ní. Definice funkcí je nutná, aby se lidé nehádalí a aby nedošlo k násilné deformaci (obří bazén, jen skleníky atd.)



Technicky udržovaná plocha s jedním účelem využití



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

Spolupráce se studenty

OBJEKT

Plochy zeleně poblíž škol

PROBLÉM

Mají často pouze technickou úpravu, která nevytěží potenciál pro výuku a workshopy, které v něm mohou probíhat.

ŘEŠENÍ

Městský krajinář každý rok zorganizuje sérii edukačních workshopů, kde bude pracovat se studenty na realizaci koncepce zeleně. Ta bude mít v parcích u škol edukační charakter a pečovat o ni budou studenti pod dohledem učitelů. Městský architekt může zajistit pomoc s výběrem lepšího mobiliáře.

PŘÍLEŽITOST

Město získá pečlivě kultivované parky u škol a studenti budou mít přirozenou výuku péče o přírodu ve městě. Získají tím lepší vztah k místu kde žijí. Budou mít větší motivaci utvářet prostor kolem sebe a budou chápat význam projektů, které dělají.



Zeleň před školou může fungovat výsadba zajímavých druhů rostlin a žáci o ně můžou pečovat a sledovat jejich vývoj v rámci ročního období. Vše musí nastavit krajinář se zkušeností péče o terén, některé druhy rostlin nesmějí být vedle sebe anebo jsou pro lokalitu nevhodné.



Adoptované truhlíky na náměstí v Telči jsou méně náročné, komplexní výsadbu musí vždy vést odborník a je vhodná pro starší studenty.

Foto vpravo: PoTom



Sousedské posezení

OBJEKT

Prostory ve vnitrobloku a u sídliště

PROBLÉM

Prostory mezi obytnými domy jsou často nevyužité a zašlé.

ŘEŠENÍ

Zorganizovat workshop pod vedením profesionála a z připravených prefabrikátů spolu s obyvateli sestavit jednoduché posezení, ohniště, gril, houpačku apod. Mobiliář se instaluje na několika místech. Tam, kde je nejoblíbenější, město později může investovat do nového kvalitního.

PŘÍLEŽITOST

Obyvatelé získají možnost se aktivně podílet na tvorbě prostoru okolo bydliště a místní kutilové získají vyžití. Akce může podpořit vzájemné vazby obyvatel a nadchnout je pro nové využití sdílených prostor.



Plocha bez mobiliáře, pouze s technicky udržovanou plochou



Z latí nebo palet je možné sestavit křesla, lavice, stolky i drobné herní prvky pro děti. Pod vedením profesionála může být design snazší, bezpečnější a trvanlivější. Na každý pád jde o dočasné využití.

Školní ulice

OBJEKT

Např. Žižkova ulice, před MŠ a ZŠ nebo jiná školní ulice

PROBLÉM

Prostoru dominují auta a děti nemají bezpečný prostor pro pohyb a hru cestou do školy.

ŘEŠENÍ

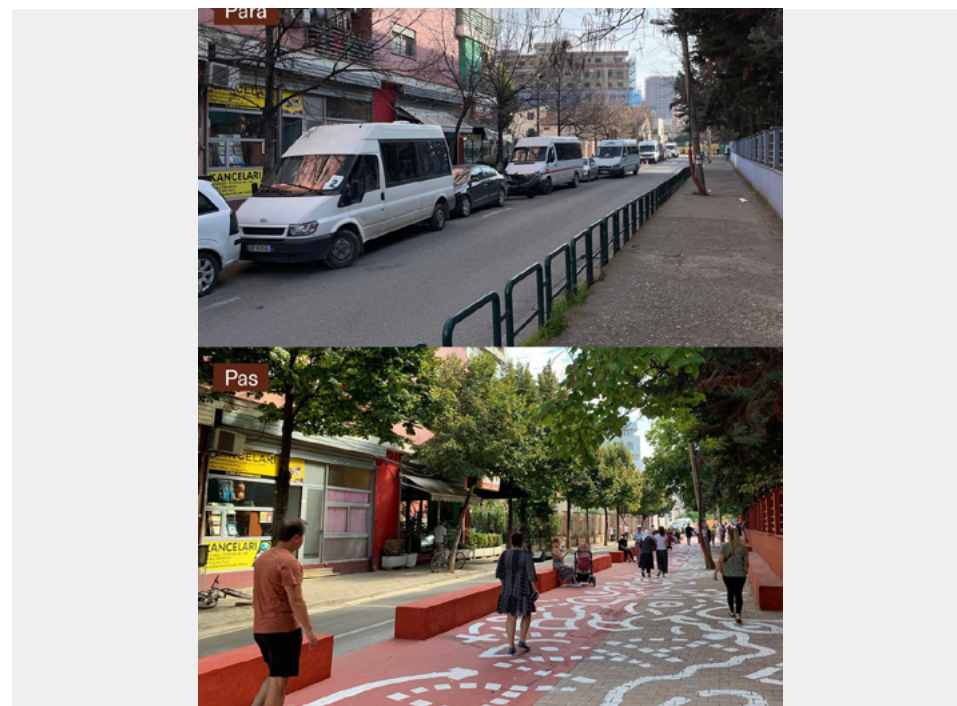
Opticky rozšířit prostor chodníku, instalovat nový mobiliář a květináče se zelení jako taktický urbanismus a změnit tím využívání části ulice. Je možné vytvořit kiss&ride point pro rodiče. Na základě realizace se sbírá zpětná vazba obyvatel a v případě úspěchu se investuje do permanentního řešení.

PŘÍLEŽITOST

Vytvořit bezpečnější prostor pro děti a jejich hru cestou do školy. Řešení je vždy nutné řešit s odborem dopravy a vybrat nejvíce vhodnou ulici. Nabízíme k tomu konzultační podporu.



Prostor ulice by měl být široký a obětuje se jen pár parkovacích míst, obslužnost zajistí kiss&ride pointy, kde se rodiče rychle vystřídají.



Ukázka realizace taktického urbanismu u školy v Albánii. Rozšířením chodníku u školy a cílením na děti získáme prostor pro jejich hru i bezpečnou cestu do školy.

Více prostoru pro děti, hru a relaxaci

Ideální volbou je ulice v blízkosti školy nebo ulice, na níž sídlí gastroprovozovna. Na financování se pak mohou podílet místní obchodníci. Je možné jen rozšířit chodník nebo ulici zkušebně uzavřít (např. na tři měsíce). Po celou dobu je vhodné sbírat zpětnou vazbu obyvatel a tu pak veřejně prezentovat.



Design navrhne profesionál, ale na provedení se podílí děti a místní. Vše se dokumentuje a sdílí s veřejností.



Intervence ve vybrané ulici v rámci Landscape festivalu v Jihlavě



Rozšíření prostoru před školou na předměstí Milána, Stefano Ragazzo

Tabulka zapojení veřejnosti

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU KULTIVACE	–	Setkání	- Poté, co dojde k internímu prověření uskutečnitelnosti jednotlivých kroků, je možné proveditelnou část zveřejnit. - Projekt kultivace je propagován od začátku, a tím pádem je pak snazší prezentovat výsledky. Všichni budou vědět, že existuje plán na několik let, ne jen jednorázová opatření. - PR a marketing jsou nedílnou součástí této strategie. Kroky, o kterých veřejnost neví, podlehnou provozní slepotě a nikdo je nedocení. Proto je klíčové vše pečlivě prezentovat, a to jak úspěchy, tak neúspěchy. - Veškeré zkušenosti s marketingovou prezentací rádi nasdílíme. Je možné se vyvarovat řady zbytečných komplikací. - Akci je vhodné pojmut společensky a nadchnout veřejnost tím, jak se bude moct zapojit.	Vedení radnice, městský architekt a marketingové oddělení na radnici Naše kultivovaná města	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- Malá kampaň ke startu projektu kultivace - Pravidelné posty o procesu kultivace na sociálních sítích - Jde o vědné téma. Výjimku tvoří cokoli kolem dopravy, to je velmi třaskavé, kontroverzní téma. Tam je vhodné sdílet věci opatrně a dbát na postupné kroky namísto šoků.	Úspěšná komunikace s občany, kteří snahu docení. I občané, kteří jsou negativně naladěni, ve výsledku docení dlouhodobý, pečlivý a upřímný přístup k veřejnému prostoru.
PREZENTACE PLÁNU PRVNÍCH KROKŮ	–	Hlasování online	- Po představení je vhodné rozjet hlasování online o prioritizaci vybraných kultivačních kroků a veřejnost tím víc zapojit. - S online hlasováním získáme vhled do veřejného mínění, co se týká priorit, a zároveň kultivaci propagujeme jako projekt.	Vedení radnice, městský architekt a marketingové oddělení na radnici Naše kultivovaná města	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- Microsite s hlasováním pro širokou veřejnost - Výsledky v podobě priorit lze zase zveřejnit a tím držet veřejnost aktivní.	Veřejnost se cítí zapojená a aktivní, může pomáhat s udržováním strategie dlouhodobě.
VÝLOHA ROKU	–	–	- 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. - Je vhodné nechat hlasovat i veřejnost, aby se cítila zapojená. Na závěr se zvolí nejlepší výloha a proběhne slavnostní udílení cen (trofeje). 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.	Místní spolek Naše kultivovaná města Radnice může přispět sponzorský, jediné tak lze kurátorovat kvalitu designu a atraktivitu výstupů.	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- 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 spolupráce. Web projektu v Brně. Někteří obchodníci po účasti v projektu začali redesignovat značku, řešit kvalitu propagace nebo rovnou investovat do pravidelné spolupráce s designérem a do vernisáží nových kolekcí a výloh. To pomáhá vytvářet živelnější město.
PROGRAM ADOPCE ZBYTKOVÉ ZELENĚ	–	Program a nárazově workshopy	- Program pro širokou veřejnost zaměřený na drobnou zeleň a plochy předzahrádek mezi paneláky - Program je vhodné propagovat 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.	Místní spolek Městský krajinář Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	Předzahrádky získají osobitý charakter a lidé se v místě budou cítit víc doma.	Město má řadu pohledově zajímavých míst, která lákají k relaxaci, posezení a sociálnímu využití.

Tabulka zapojení veřejnosti

TÉMA	PROJEKT	SEKCE	POPIS	AKTÉŘI	NÁROČNOST	VÝSTUP	CÍL
PRONÁJEM SDÍLENÝCH ZAHRAD	Pobídka nebo dotační program		- Program pro širokou veřejnost, zaměřený na vnitrobloky a zahrady mezi bytovými domy na sídlištích. - Lidé si budou moct 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 krajinář Místní spolek Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ NEBO BEZ INVESTICE	- Vznikne manuál ohledně různých možností využití a základních principů péče. - Obyvatelé se naučí starat o své okolí a budou moct 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 líp propsat vlastní identitu.
SPOLUPRÁCE SE STUDENTY	Workshopy a výuka studentů ZŠ a SŠ		- Městský krajinář zorganizuje každý rok workshopy se studenty ZŠ a gymnázia a s jejich pomocí zrealizuje novou koncepci zeleně v přílehlých parcích - Koncepce bude mít edukativní charakter a žáci se aktivně zapojí do designu i celoroční údržby v rámci výuky. Městský architekt může pomoci s instalací lepšího mobiliáře - Případně může městský architekt spolu s krajinářem vybrat vhodné místo pro instalaci drobné vodní plochy, která nebude příliš náročná na údržbu. Oblíbené jsou také konstrukce poháněné dešťovou vodou, kde děti můžou experimentovat s dynamikou vody.	Krajinář Studenti ZŠ a SŠ Městský architekt	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Kvalitní různorodá úprava parků u škol - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Lepší vztah dětí k okolí a snazší výuka péče o životní prostředí
SOUSEDSKÉ POZEZENÍ	Taktický urbanismus	–	- Profesionální designér zorganizuje workshop s obyvateli pro kutily všech věkových kategorií a umožní jim společně navrhnout nový provizorní mobiliář. - Může jít o lavičky, stoly, houpačky, ohniště, cokoli, co není příliš vysoké, aby nebylo potřeba to ukotvit. Proto nejsou vhodné větší konstrukce, stany apod. - Workshop je vhodné udělat na více místech a testovat způsoby a četnost užívání. Po vyhodnocení je dobré v místě s největším využitím zainvestovat do nového mobiliáře. - Je dobré počítat s hotovými komponenty jako jsou palety, laťky, prkna apod. Je možné je případně recyklovat ze starších nepotřebných věcí v majetku města. - Workshop by měl být o zkracování, zatloukání hřebíků, natírání apod. Něco, co by mohl zvládnout např. dědeček s vnučkou.	Městský architekt nebo externí produktový designér Facilitátor/moderátor (Naše kultivovaná města?)	PROCESNĚ NÍZKÁ S INVESTICÍ	- Událost pro širokou veřejnost všech věkových kategorií - Instalace v terénu - Fotodokumentace stavu PŘED a PO	Lepší vztahy mezi obyvateli a lepší péče o veřejný prostor, o který mají lidé později větší tendenci pečovat.
ŠKOLNÍ ULICE	Taktický urbanismus	–	- Jde o dočasnou instalaci v letních měsících ve formě zeleně, nového mobiliáře a street artu na vozovce. Květináče slouží jako blokáce pohybu aut (zpomalení), zásadní je také přidání nového mobiliáře a testování veřejného mínění. - V případě úspěchu lze projekt použít jako argument pro trvalou intervenci. - V každém případě je nutné myslet na zásobování ulice i vjezd složek IZS. Rezidenti a invalidé budou mít vjezd vždy povolen.	Městský architekt Naše kultivovaná města	PROCESNĚ STŘEDNÍ S INVESTICÍ	- Fotodokumentace stavu PŘED a PO - Instalace v terénu - Otevření pro veřejnost	Nová intervence, která obyvatele naučí lépe využívat sdílený prostor, zajistí bezpečný prostor pro děti kolem školy a umožní místním podnikatelům další růst a možnost zapojit se do péče o dané místo.

Legislativa



Podrobnosti ohledně legislativy a fungování úřadů

V této strategii jde o základní přehled kroků. Shrnutí obecných postupů najdete v Kuchařce kultivace českých měst, kterou jsem napsala ve spolupráci s předními odborníky na reklamu a veřejný prostor v ČR. Poskytuji ji ke stažení zdarma na svém webu veronikarut.com. Obsahuje 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.



Jak začít



Jak začít?

1.

VYBRAT PRVNÍ
REALIZOVATELNÉ
KROKY

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

2.

VEŘEJNÁ
PREZENTACE
PRVNÍCH KROKŮ

Představení může
nadchnout veřejnost pro
změnu, rádi se zapojíme.
Zveřejňuje se jen několik
kroků, ne všechny.

3.

VEŘEJNÉ
HLASOVÁNÍ

Veřejnost může o krocích
hlasovat online,
nabízíme k tomu určenou
jednoduchou hlasovací
aplikaci.

4.

PRVNÍ REALIZACE
V TERÉNU
A ZÁZNAM

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

PR TIPY



Každý krok je nutné dokumentovat a adekvátně veřejně prezentovat. Jinak jej veřejnost nedocení a tým kolem strategie ztratí motivaci kultivaci rozvíjet.

PR tipy – prezentace

Jednoduché tipy pro úspěšnou prezentaci realizovaných kroků pro veřejnost.



Fotografie PŘED a PO

Každý trpí provozní slepotou a pokud neukážeme, v čem změna spočívá vizuálně, zpravidla to nemá ohlas. Zpětná vazba většinou nese i kritické hlasy, které nejsou na škodu. Je vhodné sdílet úspěchy i neúspěchy na sociálních sítích. Prezentace výhradně úspěšných kroků časem ztrácí na důvěryhodnosti.



Terapie osobním setkáním

Ohlas na sítích není automaticky podpora voličů. Je na místě maximum koncepcí i výsledků prezentovat veřejně a osobně, pokud možno s externím facilitátorem nebo moderátorem. Při sezení s veřejností je vhodné prezentovat jasná sdělení a mít k ruce odborníka, který případně vysvětlí podrobnosti. Dobře vedené osobní setkání s nespokojenými občany mívá pro všechny terapeutický efekt.

PR tipy – prezentace

Jednoduché tipy pro úspěšnou prezentaci realizovaných kroků pro veřejnost.



Edukace dospělých skrze děti

Nejtěžší je prezentace dlouhodobých koncepcí a vizí. Je jasné, že koncepce nebude do roka hotová v terénu, ale může mít hotový knižní formát a vizualizace. Ty je možné představit v rámci křtu nebo výstavy. Každou koncepci je vhodné prezentovat s ohledem na každodenní život lidí, aby si ji dovedli zasadit do svého života. Pokud si představíme, že koncepci prezentujeme dětem, zpravidla ji pak velmi úspěšně představíme i dospělým. Edukace dospělých skrz jejich děti je velmi efektivní, zejména v oblasti dopravy.



Propojení se sportem

V řadě měst mají dobrý ohlas vycházky pro veřejnost vedené městským architektem nebo populárně naučné přednášky externích odborníků. V každém městě je skupina lidí, kteří neholdují kultuře, ale přijdou na sportovně laděnou akci i s dětmi. Toho je dobré využít, jakoukoli koncepci nebo výsledek je možné prezentovat jako výstavu pod širým nebem, propojenou se sportovní akcí.

PR tipy – participace

Jednoduché tipy pro úspěšnou participaci s veřejností.



Jen uchopitelné kroky

Není vhodné ptát se veřejnosti na řešení infrastruktury a urbanistické směřování města. Například z většiny průzkumů vzejde požadavek na více parkovacích míst, ale takové řešení problémy s parkováním jen zhorší. Naopak efektivní je řešit drobné věci, které lidé chápou a jsou realizovatelné v dohledné době. To znamená nehlasovat o přesunu nádraží nebo stavbě infrastruktury, ale hlasovat o mobiliáři, zeleni, workshopech apod.



Facilitátor je nezbytný

Externista dovede dobře odklonit drobné konflikty, které diskuze směřují neefektivním směrem. Je vhodné všechny uvědomit o tom, že s nimi chcete mluvit, ale nemůžete jim všem vyhovět. Vyjádření veřejnosti je vždy prospěšné, když chceme zjistit informace o (ne)funkčnosti města. Každá skupina občanů má ale jinou představu a často jsou protichůdné. Vždy jde v konečném důsledku o politické rozhodnutí.

PR tipy – participace

Jednoduché tipy pro úspěšnou participaci s veřejností.



Neformální prostředí

Věci týkající se terénu města je vhodné prezentovat buď přímo v terénu nebo v neformálním prostředí, kde se všichni cítí pohodlně. Prezentace na radnici funguje jen v některých městech, kde není zažitý odpor proti vedení města a existuje tradice spolupráce radnice a občanů. Pokud taková tradice není, je vhodné dělat setkání s veřejností v oblíbeném podniku, v kině, divadle apod.



Sbírání dat

Osobní setkání je vhodné doplnit anonymními dotazníky nebo online hlasováním, aby měla radnice k dispozici orientační data. Je nutné počítat s určitou zátěží při tvorbě dotazníků i při vyhodnocování. Čím více otevřených otázek položíme, tím víc práce bude s jejich vyhodnocením. Uzavřené otázky zase mohou deformovat skutečný úsudek a zneviditelnit určité problémy, které tazatele nenapadly. Dalším nástrojem jsou kvalitativní rozhovory a focus groups s vybranými skupinami obyvatel.

Ukázky výsledků



*Tohle jsou ukázky kultivace veřejného prostoru
různých snah architektů, designérů i politiků v Česku.*

*Část příkladů tvoří naše spolupráce s radnicemi,
kultivace nádraží pro Správu železnic a spolupráce
s Plzeňským Prazdrojem s kultivací více než 6 000
provozoven v Česku a na Slovensku.*

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)



Foto tržů 2003: Vladimír KIVA Novotný



Stánky na vánočních trzích mají sjednocené označení a kurátorsky vybrané prodávané produkty (Brno)

Ukázky výsledků drobných i větších změn



Kultivace partnerské provozovny Plzeňského Prazdroje.

Kultivace nádraží v Plzni pod Správou železnic (A8000 a KOGAA).

Odstraňování reklam z vlakového nádraží v Olomouci.

*Jak můžeme
pokračovat?*



Naše kultivovaná města

Se svým neziskovým spolkem vám ráda pomůžu doladit řadu dalších kroků:

- *Představení strategie a vybraných kroků veřejnosti*
- *Microsite pro veřejnost s hlasováním o kultivačních krocích*
- *Manuál dobré praxe reklamy*
- *Odborný obsah dotačního programu pro provozovny*
- *Propojení se streetartovými umělci a designéry*
- *Manuál sdílených zahrad*
- *Workshop s krajinářem ohledně adopce zeleně*
- *Vyjednávání s klíčovými partnery ze soukromého sektoru*
- *Spolupráce s turistickým centrem na tvorbě suvenýrů*
- *Další rozvoj strategie*



Veronika Rút

designérka, motor & srdce spolku

veronika@kultivovanamesta.cz

728 798 046

Naše kultivovaná města



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



Pro město Říčany vytvořila

Veronika Rút

veronika@kultivovanamesta.cz

+420 728 798 046

veronikarut.com & kultivovanamesta.cz