

VEŘEJNÁ ČÁST

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 každý malý úspěch, který se povede propsat do terénu města.



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.

Vybrané kroky strategie

Design provozoven – manuál a dotační program



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.

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

Ukotvení koncepce mobiliáře









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

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

Je vhodné 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.

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

Ukotvení koncepce povrchů






Jde o povrchy chodníků a vozovek napříč městem. V terénu jsou skvěle dotažená místa, ale chybí celková koncepce pro město.

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.

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.

Povrchy před hlavním nádražím jsou 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.

Odpady



Kontejnery výrazně hyzdí dané místo a snižují jeho kulturu.

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.

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

Orientační systém



Směrovky orientačního systému jsou provizorní, unifikované a často zbytečné.

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

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

Vodorovné dopravní značení



Provizorně řešené sloupky a vodorovné značení

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.

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.

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.

Design provozoven – soutěž o nejlepší výlohu



Primárně jde o lokální obchody s vlastními produkty. Lidé nevnímají hodnotu lokálního podnikání oproti nadnárodním značkám a místní podnikatelé nejsou zvyklí spolupracovat a utvářet prostor města.

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

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.

Adopce zbytkové zeleně



Technicky udržovaná plocha, optimální jsou předzahrádky u vstupů do bytových domů.

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.

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.

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.

Školní ulice



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

Např. Žižkova ulice, před MŠ a ZŠ nebo jiná školní ulice. Prostoru dominují auta a děti nemají bezpečný prostor pro pohyb a hru cestou do školy.

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 řidiče. Na základě realizace se sbírá zpětná vazba obyvatel a v případě úspěchu se investuje do permanentního řešení.

Cílem je vytvořit bezpečnější prostor pro děti a jejich hru cestou do školy. Řešení je vždy nutné řešit s odborem dopravy a vybrat nejvíce vhodnou ulici.

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 dodavetelem zastávek. Dopravní podnik má vlastní zastávky zcela bez reklam (Brno)

Aplikace dotačního programu pro majitele obchodů (Žďár nad Sázavou)

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.

Naše kultivovaná města

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

Celá strategie je dostupná pro interní práci v rámci municipality.

Pro město Říčany vytvořila

Veronika Rút
veronika@kultivovanamesta.cz
+420 728 798 046
veronikarut.com & kultivovanamesta.cz