



Zápis z jednání komise při Radě města Litoměřice
Komise marketingu a cestovního ruchu

Konaného dne 13. 2. 2019 v 16:30 v Galerii Felixe Holzmana v budově MěÚ Litoměřice

Přítomni:

- předseda: Tomáš Sarnovsky (ANO2011)
- sekretář: Mgr. Ing. Martina Vondráková
- Jan Dostal (Severočeši Litoměřice)
- Jaroslav Růžička (KSČM)
- Ing. Eva Břeňová, ved. odboru KMaCR
- Mgr. Milan Čigáš, tajemník MěÚ
- Aleš Stibal (Zelení a Piráti)

Omluveni:

- Bc. Michaela Mokrý, ředitelka Zahrada Čech s.r.o.
- Ing. Petr Pinka (ODS)

Host:

- PhDr. Filip Hrbek

Projednáno:

Vizuální smog ve městě, trendy v řešení, minimalizování negativních dopadů pro podnikatele

- jako příklad k následování byl uveden „Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven v městské části Brno-střed“
- prezentována mapa vizuálního smogu z výše uvedeného dokumentu – kategorie hodnocení vizuálního smogu a graf
- Stanoven plán činnosti pro komisi MCR:
 - připravit koncepční dokument podobného obsahu v digitální podobě pro provozovny a prezentaci reklamy ve veřejném prostoru pro Litoměřice
 - k tomu je nutnou podmínkou získat na svou stranu místní reklamní agentury
 - na příští jednání pozvat litoměřické reklamní agentury a zástupce památkářů a detaily zpracovaného konceptu s nimi probrat
 - v další fázi znovu prezentace s reklamními agenturami a doladit
 - v konečné fázi pozvat podnikatele a prodiskutovat s nimi finální verzi dokumentu.

- manuál by měl obsahovat odkaz na digitální mapu – v té budou označeny provozovny, které splňují definici odpovědně se prezentujících litoměřických provozoven
- zásady pro reklamu: neplytvat písmem, nepoužívat cizí značky, neodkazovat na firmu, která zde nesídlí, neblinkat, nesvítit, nepoužívat reflexní barvy; obrazovky – v decentním rámu, decentní provedení vysílání (možná denní a noční varianta); áčka – nevhodná do historického centra (obecná shoda členů komise, že „Áčka budou z veřejného prostoru odstraňována), reklama prodejny probíhá v prodejně a v omezeném prostoru před ní, zahrádky a markýzy – je k diskusi, zda povolit, či ne a v jaké podobě, včetně obsahu sdělení X někteří podnikatelé jsou frančízou a jsou vázáni pravidly provozovatele; označení domu s více provozovnami – cedulky např. v jednobarevném provedení; zahrádky před restauracemi – podobu je třeba definovat dle lokality (někam se nehodí dřevěné pódium, jinde je žádoucí)
- určitá pravidla v Litoměřicích existují – definováno Odborem kultury, školství a památkové péče MěÚ LTM a v zásadě akcentují zákon o památkové péči. Jsou zpracována v koncepci Regenerace památkové rezervace, ale jsou příliš obecná a neupravují konkrétní postupy v jednotlivých případech řešících reklamu a propagaci ve veřejném prostoru.
- informace Filipa Hrbka:
 - Procesy schvalování a zásady řešení uvnitř Památkové rezervace se kompetenčně týkají památkové péče.
 - odbor kultury komunikuje s MČ Brno - střed a městem Znojmo
 - za 3 týdny by měl být k dispozici redigovaný text dokumentu
 - **žádost FH, aby komise marketingu a cestovního ruchu zpracovala analogii stránek 10 – 22 dokumentu z MČ Brno – střed** (marketingové záležitosti) v termínu **do 27. 2.** – předseda komise s návrhem souhlasí
 - ideálním doplněním vznikajícího dokumentu by byl manuál k provedení venkovní reklamy, zpracovaný komisí marketingu a cestovního ruchu
 - v září by měla tato záležitost být postoupena ke schválení zastupitelstvem města
 - platnost „nařízení“ je plánována od roku 2020
 - celá záležitost je součástí „Programu regenerace městské památkové rezervace“, vztahuje se i na ochrannou zónu MPR (ale nikoli na části města mimo tyto oblasti)
 - má nastavit pravidla a mantinely

- vznikne letáček s postupem, na koho se na úřadě obrátit v případě dotazů ohledně vzhledu provozovny; může vzniknout také karta „životní situace“ na webu města, odkazující na informace o regulaci reklamy
- informace Evy Břeňové:
 - je dobré podnikatele pozvat a seznámit je s tím, že takový dokument je ve fázi vzniku a tím je do procesu zahrnout (EB navrhuje podnikatele zahrnout již do počáteční fáze vzniku dokumentu, aby se mohlo pracovat s jejich návrhy a připomínkami)
 - běží výběrové řízení na jednotný grafický vizuál, které bude obsahovat základní podobu, jakým směrem se vydat; tu bude třeba dále rozpracovat
- informace Tomáše Sarnovského:
 - KMCR připraví dokument, který si převeze některé části platné pro Památkovou rezervaci a rozšíří tato doporučení o pravidla platná na celý katastr města. Hlavně se zaměří na velkoplošnou reklamu, podobu prezentace kulturních a sportovních akcí, nelegální polepy ploch, využití moderních zobrazovacích systémů apod.
 - vše chceme řešit formou doporučení a pozitivních příkladů, nikoli perzekucí
- informace Milana Čigáše:
 - je třeba nastavit správné zásady reklamy a jít příkladem v jejich naplňování prostřednictvím organizací města

Shrnutí:

- členové komise se shodli, že KMCR zpracuje prostřednictvím předsedy komise část dokumentu (s. 10 - 22) pro komisi kultury v termínu do 27.2.
- poté KMCR vytvoří dokument s širší územní působností (v MPR i mimo MPR) a podrobnější - zahrnující konkrétní manuál zásad designu venkovní reklamy na celém území města
- na příští zasedání budou pozváni zástupci reklamních agentur

Konec jednání: 18:30

Zapsala: Martina Vondráková

Schválil: Tomáš Sarnovský