

Opis akcji pilotażowej proponowanej w ramach projektu HerMan:

1. Charakterystyka akcji pilotażowej.

Akcja pilotażowa ma dotyczyć wspólnego z interesariuszami opracowania zasad lokalizacji i form dopuszczalnych dla przestrzeni miejskiej obszaru historycznego zespołu Starego Miasta i Śródmieścia Lublina szyldów i reklam. Głównym celem akcji będzie opracowanie i przetestowanie sposobu współpracy z interesariuszami przy wspólnym określaniu zasad użytkowania przestrzeni publicznych w zabytkowych obszarach Lublina. Bezpośrednim rezultatem akcji będzie także przeznaczony dla interesariuszy przewodnik dobrych praktyk lokalizacji i sposobu umieszczania szyldów i reklam w zabytkowych obszarach Lublina.

Akcja zostanie zaprogramowana z wykorzystaniem doświadczeń z dotychczasowych działań podobnego typu (konsultacji z interesariuszami oraz dyskusji publicznych) prowadzonych w Urzędzie Miasta Lublin dla obszarów i obiektów zabytkowych, w szczególności w dotyczących: Podzamcza (w 2010 roku), Placu Litewskiego (2012-2013) oraz sezonowych ogródków gastronomicznych (2012-2013).

W ramach akcji pilotażowej zostaną przeprowadzone spotkania z wybranymi interesariuszami (w szczególności właścicielami i najemcami nieruchomości i przedstawicielami agencji reklamowych) oraz konsultantami – ekspertami z zakresu marketingu, grafiki użytkowej, architektury i ochrony zabytków. Celem spotkań z interesariuszami będzie określenie wg ich przekonań ich potrzeb, które następnie będą zrecenzowane przez ekspertów. Rekomendacje ekspertów zostaną ponownie przedyskutowane z interesariuszami. W konsultacjach bieżąco uczestniczyć eksperci. Następnym etapem akcji będzie przygotowanie na podstawie uzyskanych wyników przewodnika procedur i dobrych praktyk lokalizacji i sposobu umieszczania reklam i szyldów. Kolejne etapy przygotowywania przewodnika będą konsultowane na bieżąco z interesariuszami i ekspertami. Gotowy przewodnik zostanie opublikowany w internecie oraz wydrukowany w nakładzie 1000 egzemplarzy.

2. Główne wyzwania i cele.

- Przećwiczenie sposobu współpracy z interesariuszami oraz innymi komórkami organizacyjnymi urzędu przy wspólnym określaniu zasad użytkowania przestrzeni publicznych w zabytkowych obszarach Lublina.
- Edukacja interesariuszy, w szczególności właścicieli i najemców nieruchomości w zakresie potrzeb ochrony integralności wizualnej wewnątrz urbanistyczno-architektonicznych zabytkowych obszarów Lublina
- Wytworzenie opracowanych wspólnie z interesariuszami narzędzi do kontrolowania informacji wizualnej ww. obszarach

3. Najważniejsze etapy wdrażania akcji pilotażowej.

- diagnoza dotychczasowych akcji i opracowanie szczegółowego sposobu przeprowadzenia i programu konsultacji
- wstępne konsultacje z interesariuszami
- opracowanie wyników konsultacji i przedstawienie rekomendacji przez ekspertów
- ponowne konsultacje, na podstawie rekomendacji ekspertów
- opracowanie treści przewodnika
- konsultacje treści
- publikacja
- ewaluacja sposobu przeprowadzenia konsultacji – przygotowanie „modelu” dla konsultacji

kolejnych zagadnień

4. Możliwe ryzyka i zagrożenia.

- brak zainteresowania interesariuszy
- brak zaangażowania merytorycznego zatrudnionych ekspertów
- przeszkody formalno-prawne – sztywne zasady procedur prawnych, komplikujące lub nawet wyłączające możliwości negocjacji w postępowaniu administracyjnym

5. Oczekiwane wyniki.

- Narzędzia zarządzania dziedzictwem dla urzędu miasta/biura miejskiego konserwatora zabytków (ale także dla innych zainteresowanych) – model konsultacji i współpracy wewnątrz urzędu dostosowany dla realiów Lublina
- Przewodnik dobrych praktyk lokalizacji i sposobu umieszczania szyldów i reklam w zabytkowych obszarach Lublina

6. Rezultaty.

- poprawa stanu estetycznego przestrzeni historycznych obszarów Lublina, a za nią oczekiwana poprawa ich atrakcyjności,
- zbudowanie relacji między urzędem a interesariuszami oraz mieszkańcami i współpraca w rozwiązywaniu problemów

7. Adresaci.

- właściciele i najemcy nieruchomości w historycznych obszarach Lublin
- „producenci” reklam i szyldów – agencje reklamowe i wykonawcy
- wydziały i biura urzędu realizujące w tym zakresie swoje właściwości jako organy administracji
- organizacje społeczne stawiające sobie na celu poprawę jakości przestrzeni publicznej
- organizacje branżowe zawodów dotyczących kształtowania przestrzeni publicznej.

8. Sposoby pozyskiwania informacji, doświadczeń oraz wsparcia ze strony innych partnerów projektu podczas wdrażania akcji.

- od wszystkich partnerów – miast i regionów chcielibyśmy uzyskać informację o ich stanie formalno-prawnym dotyczącym tej tematyki oraz o praktycznej stronie stosowania istniejących uregulowań prawnych.
- od „dostawców wiedzy”

9. Możliwości i szanse kontynuowania akcji po zakończeniu projektu.

Uzyskane narzędzia będą wykorzystywane w bieżącej pracy. Przewiduje się okresową ewaluację osiągniętych rezultatów i w miarę potrzeb korekty w przewodniku oraz innych wypracowanych w trakcie akcji narzędziach.