

Uvodni dogodek ETM 2014, Ljubljana, 7. 4. 2014

Predlog nacionalne kampanje

Aljaž Plevnik, UIRS, SPTM



Namen kampanje

Spodbuditi občine, da:

- odprejo razpravo o drugačni rabi prometnih površin
- pripravijo nabor ulic/trgov, ki bi jih bilo smiselno preurediti
- preizkusijo vsaj eno začasno preureditev med ETM 2014
- preverijo odziv javnosti na ureditev
- promovirajo svoje načrte lokalno in širše



Prostori preurejanja - primeri iz Slovenije















Koraki kampanje

Priprava nabora prostorov za preureditev:

- pristojni oddelek pripravi seznam površin za preureditev
- izdelovalci prostorskih aktov pripravijo nabor
- poziv prebivalcem ali civilnim združenjem k oddaji predlogov
- izvedba delavnic (npr. Urbani sprehodi – IPOP, maj 2014)



Koraki kampanje

Obravnava nabora prostorov za preureditev:

- obravnava v občinskih organih - na občinskem svetu, kolegiju župana, odboru za ETM, prostor ali promet itd.
- izbor prioriternih območij
- izbor testnega območja za ETM 2014
- ostali prostori so izhodišče za CPS in/ali OPN

Koraki kampanje

Preizkus ureditve v ETM 2014:

- številne možnosti, odvisno od značaja območja, ambicioznosti občine ...
- vključevanje prebivalcev pri oblikovanju rešitev
- testne rešitve so lahko zelo poceni
- pomen pravočasne komunikacije in promocije
- pomen merjenja odziva in učinkov
- številne izkušnje v Sloveniji









Uspešnost kampanje

MzIP bo nagradilo najboljšo kampanjo v ETM 2014:

- pogoj je poročanje občin
- kriteriji izbora bodo jasni ob končni verziji razpisa
- nagrada - udeležba na dogodku ETM v Bruslju 2015
- nagrada - podpora SPTM pri izvedbenih dejavnostih

Teme za razpravo

- ustreznost teme kampanje
- izvedljivost v občinah
- način podpore občinam