

p. Lifer A. Poznań

p.o. ZASTĘPCY DYREKTORA
Biura ds. Partycypacji Społecznej

p. R. Fijałkowski
GŁÓWNY SPECJALISTA
Iwona Działlik

BUDŻET

URZĄD MIASTA ŁÓDZI

Departament Komunikacji Społecznej i Zdrowia
Biuro ds. Partycypacji Społecznej

K. Henryca
**FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY
PROPOZYCJI ZADANIA
DO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO 2017/2018**

13 -03- 2017

Numer identyfikacyjny zadania, tzw. ID
(wypełnia Biuro ds. Partycypacji Społecznej)

LO80

L.dz. *1223* podpis *Sibile*.....

1. TYTUŁ ZADANIA (do 15 wyrazów)

Odnowienie Łódzkich Zapomnianych Murali - wielkoformatowych grafik reklamowych z okresu powojennego

2. LOKALIZACJA ZADANIA,

tj. wskazanie konkretnego miejsca: ulicy z numerem albo przynajmniej rejonu ulic, terenu instytucji albo placówki, parku (informacje związane z daną lokalizacją można sprawdzić na mapce dostępnej przez link na stronie www.lodz.pl/budzet_obywatelski/2017_2018)

Miejskie Kamienice z Muralami

2a. NUMERY EWIDENCYJNE DZIAŁEK (wypełnienie punktu nie jest konieczne)

3. RODZAJ ZGŁASZANEGO ZADANIA

PONADOSIEDŁOWE

OSIEDŁOWE (wpisz poniżej nazwę osiedla)

4. KRÓTKI OPIS ZADANIA WRAZ Z JEGO ELEMENTAMI SKŁADOWYMI

np. ile ławek, ile i jakich drzew ma zostać uwzględnione (do 60 wyrazów)

Zadanie ma na celu renowację łódzkich wielkoformatowych murali reklamowych. Ze 239 murali do dnia dzisiejszego zachowało się w sposób możliwy do obejrzenia ok. 16. Pozostałe dwadzieścia parę jest zniszczona w takim stanie, że są ledwo widoczne. Zadanie zakłada także wydanie ulotek z przewodnikiem oraz fotokonkurs dla Łódzian. Śpieszymy się ratować łódzkie murale, tak szybko niszcząją.

5. SZACUNKOWE KOSZTY BRUTTO ZADANIA

SKŁADOWE CZĘŚCI ZADANIA	KOSZTY SZACUNKOWE
1. Renowacja murali	465 000,00 zł

2. Składane mapy z zaznaczeniem murali łódzkich wraz z opisem i opisem, szlakami pieszymi i rowerowymi (skład + druk)	15 000,00 zł
3. Strona internetowa informacyjna dla Łódzian i turystów	10 000,00 zł
4. Konkurs Fotograficzny (Facebook, Instagram, Snapczat)	10 000,00 zł
ŁĄCZNIE:	500 000,00 zł

6. OPIS SZCZEGÓŁOWY ZADANIA *(wypełnienie punktu nie jest obowiązkowe)*

Renowacja murali nie ma na celu tylko odnowienie tych zachowanych, ale przyjęcie odpowiedniej formy ich ochrony oraz utworzenia i działania promocyjne. Sam projekt będzie składał się z kilku części: 1) Skatalogowanie wszystkich murali reklamowych, także tych nieistniejących oraz dawnych napisów reklamowych, jeszcze przedwojennych. Częściowo ta praca jest wykonana przez pana Bartosza Stępnia (książka, strona: <http://www.murale.mnc.pl>), należałoby ją uaktualnić oraz uwzględnić rodzaj własności (miasto, prywatna), ich stan techniczny oraz plany inwestycyjne wokół budynku (czy teren nie zostanie zabudowany?). 2) Renowacja zachowanych murali: a) Budynek należące do miasta – ogłoszenie indywidualnych przetargu na renowację wszystkich zachowane murale w stanie dobrym i złym. Wybranie do realizacji w ramach wniosku BO jak największej liczby renowacji, uwzględniając stan techniczny i inwestycje wokół. Renowacja odbyłaby się po zgodzie artystów lub ich spadkobierców oraz pod opieką konserwatora zabytków. Nadanie priorytetu budynkom z muralami przy rewitalizacji. Dodatkowo murale mogłyby zostać odnowione w ramach środków przeznaczonych na stworzenie nowych murali zagranicznych artystów, którzy mają światową renomę, ale ich dzieła nie nawiązują do dziedzictwa naszego miasta. b) Budynek należące do prywatnych właścicieli lub firm – stworzenie ulgi i odpisanie w podatkach kosztów związanych z renowacją dla właścicieli. Właściciele zobowiązani byłiby do ogłoszenia jawnego przetargu na prace renowacyjne. c) Murale reklamowe firm istniejących do dnia dzisiejszego lub mających spadkobierców z nazwą użytą w muralu na budynkach miejskich i prywatnych – zachęcenie do sfinansowanie renowacji murali. Odtworzenie murali reklamowych istniejących firm mogłoby naruszyć przepisy konkurencyjności. Dla istniejących firmy byłaby to jedna z najlepszych form reklam, gdyż w dobrych lokalizacjach zyskałaby możliwość odtworzenia reklamy, która normalnie mogłaby naruszać kodeks reklamowy. Dodatkowo odsłonięciu każdego muralu towarzyszyłoby działania promocyjne uwzględniające łódzkie media oraz Internet poprzez marketing wirusowy. Ekwiwalent reklamowy przewyższyłby zapewne kilkukrotnie lub nawet kilkunastokrotnie same koszty renowacji. 3) Odtworzenie zamalowanych murali: a) Budynek należące do miasta – ogłoszenie indywidualnych przetargu na odtworzenie murali reklamowych. Wybranie do realizacji w ramach wniosku BO jak największej liczby renowacji, uwzględniając stan techniczny i inwestycje wokół. Renowacja odbyłaby się po zgodzie artystów lub ich spadkobierców oraz pod opieką konserwatora zabytków. Nadanie priorytetu budynkom z muralami przy rewitalizacji. Dodatkowo murale mogłyby zostać odtworzone w ramach środków przeznaczonych na stworzenie nowych murali zagranicznych artystów, którzy mają światową renomę, ale ich dzieła nie nawiązują do dziedzictwa naszego miasta. b) Budynek należące do prywatnych właścicieli lub firm – stworzenie ulgi i odpisanie w podatkach kosztów związanych z odtworzeniem dla właścicieli. Właściciele zobowiązani byłiby do ogłoszenia jawnego przetargu na prace malarskie. c) Murale reklamowe firm istniejących do dnia dzisiejszego lub mających spadkobierców z nazwą użytą w muralu na budynkach miejskich i prywatnych – zachęcenie do sfinansowanie odtworzenie murali. Odtworzenie murali reklamowych istniejących firm mogłoby naruszyć przepisy konkurencyjności. Dla istniejących firmy byłaby to jedna z najlepszych form reklam, gdyż w dobrych lokalizacjach zyskałaby możliwość odtworzenia reklamy, która normalnie mogłaby naruszać kodeks reklamowy. Dodatkowo odsłonięciu każdego muralu towarzyszyłoby działania promocyjne uwzględniające łódzkie media oraz Internet poprzez marketing wirusowy. Ekwiwalent reklamowy przewyższyłby zapewne kilkukrotnie lub nawet kilkunastokrotnie samego odnowienia murali. 4) Działania promocyjne: a) Stworzenie strony internetowej po polsku, angielsku, niemiecku oraz zamieszczenie fotografii murali w Google Maps. b) Składane mapy/ulotki z zaznaczeniem murali łódzkich wraz z opisem i opisem, szlakami pieszymi i rowerowymi (uwzględniające ścieżki rowerowe oraz stacje roweru miejskiego). Przygotowanie także wersji anglojęzycznej oraz niemieckojęzycznej. c) Zorganizowanie konkursu fotograficznego dla Łódzian i turystów w serwisach społecznościowych (Facebook, Instagram, Snapczat). Większość część z budżetu zostanie przeznaczona na reklamę konkursu oraz murali w mediach społecznościowych. d) Działania PR obejmujące konferencje prasową po odnowieniu i otworzeniu murali. e) Marketing wirusowy – fotografia murali przed i po odnowieniu, zamieszczenie zdjęć w social media oraz na forach poświęconych street artowi, urbanistyce, architekturze, reklamie czy np. w serwisach typu kwejk.pl Lista najlepiej zachowanych murali na budynkach miejskich: Nazwa murala Lokalizacja Stan Miasto - właściciel Link do strony Zakłady Przemysłu Jedwabniczego „Pierwsza” Politechniki 26 dobry tak http://www.murale.mnc.pl/m_013.htm Zakłady Przemysłu Bawełnianego im. Armii Ludowej „ALBA” Żwirki 3 dobry tak http://www.murale.mnc.pl/m_020.htm Przedsiębiorstwo Handlu Ubiorami „Otex” Organizacji WiN 3 dobry tak http://www.murale.mnc.pl/m_049.htm Bar-kawiarnia „Wielkopolanka” Limanowskiego 194/196 dobry tak http://www.murale.mnc.pl/m_069.htm Totalizator Sportowy Limanowskiego 22 dobry tak http://www.murale.mnc.pl/m_144.htm Spółdzielnia Pracy „SUROWIEC” Pabianicka 6 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_016.htm Powszechna Spółdzielnia Spożywców „Społem” Kilińskiego 10 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_018.htm Miejski Ogród Zoologiczny w Łodzi Krzemieniecka / Retkińska zły tak?? http://www.murale.mnc.pl/m_022.htm Spółdzielnia Rzemieślnicza "Budowlana" Jaracza 29 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_038.htm Teatr Wielki Żwirki 3 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_051.htm Zakłady Przemysłu Skórzanego im. Karola Świerczewskiego „ASKO” Pomorska 100 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_060.htm Warszawskie / Bydgoskie Zakłady Fotochemiczne „FOTON” Zgierska 40 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_067.htm Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej ognisko „Jedność” Krucza 18 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_068.htm Przedsiębiorstwo Produkcji Galanterijno-Odzieżowej „PROGAL” Lipowa 82 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_074.htm Fabryka Dywanów „DYWILAN” Kilińskiego 105 zły tak http://www.murale.mnc.pl/m_083.htm

7. UZASADNIENIE POTRZEBY REALIZACJI ZADANIA

Ochrona przez zniszczeniem łódzkich murali reklamowych, które są świadectwem dziedzictwa przemysłowego Łodzi. Około połowa murali była poświęcona zakładom włókienniczym, które już nie istnieją. Murale reklamowe także były „małymi” dziełami sztuki. Murale były tworzone indywidualnie pod wymiar danego obiektu i często miały abstrakcyjne elementy. W przeciwieństwie do współczesnej reklamy wielkoformatowej, która jest powtarzalna i mało ciekawe pod względem artystycznym, łódzkie murale były unikalnymi dziełami sztuki reklamowej.

8. INFORMACJA O ZASADACH DOSTĘPNOŚCI PROPONOWANEGO ZADANIA

(jeśli dotyczy, należy podać w jakich godzinach, dniach tygodnia czy miesiąca, korzystanie odpłatne/nieodpłatne itp.)

Korzystanie nieodpłatnie przez całą dobę.

9. ODBIORCY/BENEFICJENCI PROPONOWANEGO ZADANIA

dzieci

młodzież

dorośli

seniorzy

rodziny

inni:

turyści zwiedzający Galerię Urban Forms