

Urszula Niziołek-Janiak

Radna Rady Miejskiej

w Łodzi

Łódź, 24 marca 2016 r.

Prezydent Miasta Łodzi

Pani Hanna Zdanowska

Interpelacja ws. nośników reklamowych sygnowanych

logo Miasta Łodzi

Wniośna Pani Prezydent!

Kolejny raz, po reklamie połączeń z łódzkiego lotniska, banner promocyjny z logo Łódź Kreuje zawisł na narożnym budynku u zbiegu ul. Kościuszki i al. Mickiewicza, budynku wpisanym do ewidencji zabytków. Co więcej kamienica ta była opróżniana z mieszkańców w atmosferze skandalu. To najdrastyczniejszy chyba przypadek, wskazujący, że miejskie wydziały, jednostki i spółki nie dbają o zabezpieczenie w umowach dot. promocji o zapisy dot. tego, w jakich miejscach i na jakich nośnikach dopuszcza się używanie logo Łodzi.



Zaprzecza to obrazowi wielu działań, podejmowanych przez Miasto – zabezpieczaniu estetyki przestrzeni przez wpisy obszarowe i jednostkowe do rejestru oraz ewidencji zabytków, objęcia części obszaru parkiem kulturowym, opracowaniu poradnika dot. estetyki reklam czy podjęcia trudu opracowania kodeksu reklamowego. Działania te w obliczu takiego blamażu wydają się pozorowane i

niekonsekwentne. Miasto Łódź powinno bowiem być przykładem dla innych podmiotów, które chciałyby zarabiać na zaśmiecaniu przestrzeni reklamami, a którym takie prawa staramy się ograniczać.

Wnoszę o bezzwłoczne skontrolowanie umów dot. stosowania logo Łódź Kreuje na nośnikach reklamowych i promocyjnych imprez i działań objętych patronatem, dofinansowaniem, innymi typami umów, w których stronami są: UMŁ, Prezydent, Rada Miejska, wydziały, jednostki i spółki miejskie. Proszę o uzupełnienie ich o zakaz reklamowania na zabytkach wpisanych do rejestru lub ewidencji zabytków, na nośnikach niezgodnych z obowiązującymi w mieście regulacjami oraz w miejscach nielegalnych i nieestetycznych. Zdarza się bowiem również, że logo Łodzi lub Prezydenta Miasta Łodzi wisi na plakatach przyklejonych do latarni, elewacji budynków lub smętnie zwisa u dołu postrzępionej tablicy ogłoszeniowej.

Proszę jednocześnie o skontrolowanie „z natury” stanu tablic i słupów przeznaczonych do bezpłatnego plakatowania oraz wydzierżawionych firmom reklamowym. Często są one bowiem potwornie zaniedbane, brudne, oblepione 20-centymetrową warstwą przegniłych plakatów lub mają przerdzewiałe konstrukcje (przykładem murki reklamowe przy krańcówce tramwaju na ul. Narutowicza czy często stan słupów reklamowych wzdłuż ul. Zachodniej i al. Kościuszki oraz u zbiegu Tuwima i Sienkiewicza).

Z poważaniem
A. Piątkowski