



Dbamy o czystość Krakowa

2010-11-22

Marcin Daniec, Dariusz Gnatowski i Jerzy Pal - to znani krakowscy artyści którzy wsparli miejską kampanię „Czysta Przyjemność”. Spoty reklamowe, plakaty i ulotki z ich wizerunkami pojawiały się w mediach od czerwca ubiegłego roku. „Cieszę się, że akcja zaczyna przynosić efekty, krakowskie ulice i skwery są czystsze a mieszkańcy Krakowa przywiązują coraz większą wagę, by sprzątać po swoich pupilach” - powiedział prezydent Krakowa Jacek Majchrowski.

Kampania miejska trwała od czerwca 2009 roku. Na terenie całego miasta pojawiło się 2 000 tabliczek informacyjnych z logo kampanii oraz ostrzeżeniem o konsekwencjach łamania przepisów prawa w omawianym zakresie. Zostały umieszczone zarówno na terenach zieleni miejskiej (np. Planty), jak również rozstawione na osiedlach będących własnością spółdzielni mieszkaniowych (np. SM Kurdwanów Nowy, SM Ugorek). Udało się również zmobilizować spółdzielnie mieszkaniowe do zakupu specjalnych koszy przeznaczonych na psie odchody.

W trakcie trwania kampanii Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu zakupił około 530 koszy. Zostały one umieszczone na terenie miasta (w blisko 130 lokalizacjach), z uwzględnieniem miejsc przekazanych przez mieszkańców w akcji „Gazety Wyborczej”.

Przez okres trwania kampanii plakaty z hasłem „Popieram czysty Kraków” umieszczone były w środkach komunikacji miejskiej (207 wagonów tramwajowych), a każdemu z trzech etapów kampanii towarzyszyła zmiana prezentacji BusTV emitowanych w 127 autobusach. Bezpłatna prezentacja materiałów dotyczących kampanii prowadzona była do drugiej połowy czerwca br.

Do akcji włączyli się również krakowscy aktorzy - Jerzy Pal oraz Dariusz Gnatowski. W mieście pojawiły się plakaty z ich wizerunkami, autografem oraz hasłem „Popieram czysty Kraków”. W sumie przekazano ok. 1500 plakatów.

Ponadto w marcu br. kampanię poparł Marcin Daniec: „Mój udział w kampanii jest charytatywny. O sprzątaniu po psach będę mówił tak długo, jak będzie to potrzebne. Jeżeli choć jedna osoba zacznie używać woreczków i łopatek do sprzątania, to już będzie sukces”. Marcin Daniec wziął udział w spocie reklamującym akcję, który jest bezpłatnie emitowany na antenie TVP Kraków. Dodatkowo dzięki uzyskaniu środków finansowych z Gminnego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej wyprodukowano, utrzymane w humorystycznym tonie, dwa filmy tematyczne „Bejsbolista” i „Fan fantastyki”. Oba trafiły do Internetu. Program o sprzątaniu po zwierzętach domowych ukazał się także w nowohuckiej TV-Net, działającej przy Młodzieżowym Domu Kultury im. Janusza Korczaka, a także został poruszony w programie „Kundel bury i kocury” emitowanym dwukrotnie przez TVP Kraków.

Równocześnie z akcją informacyjno - edukacyjną prowadzono stałą dystrybucję zestawów służących zbieraniu odchodów - woreczków oraz tekturowych łopatek. W ramach tego zadania nawiązano współpracę z przedstawicielami „Ruchu” i „Kolportera”, którzy zgodzili się udostępnić swoją infrastrukturę do celów prowadzenia kampanii. Zestawy można było uzyskać w 26 kioskach „Ruchu” i 5 salonach prasowych „Kolportera”, 13 punktach MPK, w siedzibach Zarządu Infrastruktury Komunalnej i Transportu, Straży Miejskiej, wszystkich budynkach Urzędu Miasta Krakowa, 8 lecznicach weterynaryjnych oraz części siedzib Rad Dzielnic. Przełożyło się to na łączną liczbę blisko 80 lokalizacji na terenie całego miasta. Podobnie jak w przypadku lokalizacji koszy, powyższe punkty zostały wytypowane wspólnie z mieszkańcami Krakowa,



którzy na łamach „Gazety Wyborczej” wskazywali miejsca najbardziej zanieczyszczane psimi odchodami.

W drugiej połowie 2009 r. w kampanię zaczęły się włączać finansowo Rady Dzielnic Pomocniczych. Jako pierwsze, sfinansowały zakup zestawów higienicznych Dzielnica I Śródmieście (za kwotę 10 tys. zł) i Dzielnica XIV Czyżyny (za kwotę 3 tys. zł), a strażnicy miejscy przygotowali bazę punktów (w dużej mierze w oparciu o kioski „Ruch”), gdzie zestawy były rozprowadzane w analogiczny sposób jak dotychczas.

W 2009 r. strażnicy miejscy podjęli wobec osób, które nie uprzątnęły zanieczyszczeń po zwierzętach 2 645 interwencji, z czego 1 867 zakończonych zostało nałożeniem grzywny na łączną kwotę 109 040 zł, pouczone 555 sprawców oraz skierowano 223 wnioski o ukaranie do sądu.

Analogicznie w okresie 10 miesięcy br. podjęto 738 interwencji (540 mandatów karnych na łączną kwotę 101 650 zł, pouczone 168 osób, skierowano 30 wnioski o ukaranie do sądu).

Ogólnie w 2009 roku na: projekt materiałów kampanii, zakup zdjęć, przygotowanie i montaż materiałów do druku, produkcję filmów reklamowych wydano kwotę 17073,60 zł. W 2010 roku na produkcję filmów, projekt i druk materiałów reklamowych ze środków przekazanych na realizację kampanii, Programu Bezpieczny Kraków oraz wspomnianego Gminnego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej przeznaczono 20747,17 zł.

Partnerami kampanii byli: Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne S.A, Zarząd Budynków Komunalnych, Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu, Wydział Edukacji, a także Rady Dzielnic. Medialnie akcję wspierali: Telewizja Kraków, Radio Kraków i Gazeta Wyborcza. (WAŚ).