



Územní plánování: zapojte se nejen SMSkou

Mgr. Vendula Zahumenská (t. č. RD)
Ekologický právní servis



Účast veřejnosti - minimální

- Častý problém bývá nízká účast občanů
- Několik důvodů
 - Časová náročnost
 - Obtížnost
 - Odbornost
 - Nízká důvěra ve veřejnou správu
 - aj.



Zapojení veřejnosti

- Stavební zákon
 - Pro veřejnost jen omezené možnosti
 - Připomínky
 - Námitky
 - Zástupce veřejnosti
- Nadstandard
 - Různé metody, které mohou úřady využívat pro zkvalitnění územního plánování a zlepšení komunikace



PMS

- PMS jsou speciální participativní SMS
- Jejich obdoba je známá v některých městech: starostové informují své občany o různých podstatných věcech ze života obce; obdobou jsou také dárcovské SMS
- hlavní výhoda spočívá v rychlosti a možnosti zapojit mnohem vyšší počet občanů než při využití kupř. podpisových listin



Jak fungují PMS

- Občan, který se chce zapojit, odešle krátkou SMS v předem daném tvaru (kupř. **ZURJMK R43 JAN NOVAK**)
- SMS je doručena správci systému
- Správce systému odešle předem připravený e-mail s textem připomínky vybranému úředníkovi a k e-mailu automaticky připojí jméno a příjmení uvedené v SMS

Jak používat PMS

• Co je třeba:

- Připravit připomínku
- Oslovit místní občany a další iniciativy
 - Dobrá informační kampaň je klíčová
 - Schůzky s veřejností
 - Média
 - Konzultace s větší NNO (vhodná pro lokální sdružení)
- Informovat úředníky
- Informovat zúčastněné o výsledku!



PMS v praxi

- Ekologický právní servis poprvé využil u připomínkování Politiky územního rozvoje (PÚR) v roce 2008 současně s připomínkami zasílanými e-maily
- PMS byly následně využity v několika dalších kampaních (pražské Zásady územního rozvoje nebo Mittal)



Politika územního rozvoje

- Byla pilotním projektem PMS
- Během léta 2008 se podařilo doručit Ministerstvu pro místní rozvoj okolo devíti tisíc připomínek (část přišla e-maily a část byla na podpisových arších)
- Zásadní byla komunikace s místními sdruženími, která vykonala podstatnou část práce při oslovování občanů



Politika územního rozvoje

- Dalšími pilíři byl kupř. koncert v Posázaví proti D3 a drobnější akce místních iniciativ
 - Jen na koncertu bylo odesláno tolik připomínek, že došlo k dočasnému přetížení systému
- Neméně důležitým bodem bylo vyjednávání s MMR



Finanční náklady

- Systém provozuje soukromá firma
- Měsíční paušál
- Cena jedné PMS byla 8 Kč (méně než poštovní známka)
- Další oslovování občanů skrze SMS přišlo cca na 1 Kč za SMS
- Podmínky marketingové komunikace



Zdroje

- **Manuály**
 - Doucha, P., Zahumenská, V. Zapojte se SMSkou (EPS 2010, dostupný z www.eps.cz)
 - Bartošová, E. Manuál komunikace pro lokální občanské iniciativy (EPS 2010, dostupný z www.eps.cz)