

**Pragopunktura.
Program przemian
w sferze gospodarczej
i przestrzennej
na wskazanym obszarze
Pragi Północ**

Warsztaty projektowe
PRAGA PÓŁNOC

Warszawa 30.06.2014

**Pragopunktura.
Program przemian
w sferze gospodarczej
i przestrzennej
na wskazanym obszarze
Pragi Północ**

Spis treści

Wstęp: Praga relacji

1. Strategie

- 1.1. Dzielnica Kulturalna Fizycznie
- 1.2. Nowe Formy Starych Zawodów
- 1.3. Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna
- 1.4. Marka Praga Północ

2. Zasady

- 2.1. Testuj/ Prototypowanie przestrzeni
- 2.2. Synchronizuj/ Praca ze zmiennością rytmów dzielnicy
- 2.3. Linkuj/ Sieciowanie
- 2.4. Włączaj/ Lokalni liderzy

3. Lokalizacje

- 3.1. Wycinek Stalowa
- 3.2. Wycinek Wileńska
- 3.3. Wycinek Żąbkowska, Brzeska, Białostocka

Zakończenie: Praga Północ przyszłości

Bibliografia

Szczegółowe zestawienie działań

Zawartość plansz przedstawiających projekt

Zespół

Dorota Kabała

Head of Design w studio We design for physical culture
wedesignforphysicalculture.com
dk@wedesignforphysicalculture.com

Krystian Kwieciński

architekt
krystiankwiecinski.com
krystiankwiecinski@me.com

Maciej Siuda

architekt
maciejsiuda.com
maciejsiuda@gmail.com

Jadwiga Zimpel

kulturoznawczyni, dr - adiunkt w Zakładzie Kultury Miasta, Instytutu
Kulturoznawstwa UAM
kulturoznawstwo.amu.edu.pl
jzimpel@amu.edu.pl

Wstęp: Praga relacji

Na obszar opracowania spoglądać można z dwóch dominujących perspektyw: odgórnej i oddolnej [zob. M. de Certeau 2008]. Stosując pierwszą z nich przekształcamy dzielnicę w stabilny punkt na mapie miasta, różniący się od innych parametrami geograficznymi, przebiegiem ulic, rzeźbą terenu, wielkością. Stosując perspektywę oddolną, przekształcamy dzielnicę w dynamiczny mikrokosmos codziennych praktyk i interakcji, doświadczeń, wspomnień, narracji i krzyżujących się ze sobą interesów. Pierwsza perspektywa oddala, dając ogłęd całości, druga przybliża, pozwalając dostrzec detal i skomplikowanie fragmentu. Wybór perspektywy oglądu obszaru opracowania w istotny sposób wpływa na charakter podejmowanych wobec niego działań rewitalizacyjnych. W pierwszym wypadku obszar dzielnicy poddaje się działaniom sprawdzonym w innych kontekstach przestrzennych, często bez uwzględnienia lokalnych problemów (np. podejmowana przez wiele miast próba skopiowania efektu Bilbao), w drugim wypadku realizuje się działania wypracowane w oparciu o znajomość kontekstu i pogłębione doświadczenie miejsca (np. działania organizacji Project for Public Spaces).

Wychodząc z założenia, że o dobrobycie dzielnicy decyduje przede wszystkim jakość, częstotliwość i różnorodność relacji między różnymi użytkownikami przestrzeni, działającymi zarówno w skali mikro (lokalnej), jak i w skali makro (ogólno-miejskiej, regionalnej, krajowej, globalnej), skłaniamy się ku drugiej z wymienionych perspektyw oglądu obszaru. Sądzymy, że o charakterze relacji obejmujących swym zasięgiem dzielnicę, ale nie zanikających razem z jej administracyjnie wyznaczonymi granicami, decyduje przede wszystkim bogaty program funkcjonalny ulic, otwierający się na kreatywne użycia istniejących tu zasobów, do których zaliczamy:

- niezagospodarowane działki miejskie przecinające linię kamienic,
- pustostany w pobliżu nieruchomości, w której działa NGO,
- przestrzenie o funkcji sportowej (boiska, place zabaw) lub o potencjale na taką funkcję (podwórka, mini tereny zielone) znajdujące się w sąsiedztwie NGO lub szkoły,
- funkcjonujące zakłady rzemieślnicze, pustostany w odległości do dwóch przecznic od zakładu rzemieślniczego,
- pustostany w obszarze ulic: Stalowa, Środkowa, Konopacka,
- kawiarnie, restauracje oraz pustostany w bezpośrednim sąsiedztwie przestrzeni dla sportu i rekreacji oraz w ciągu lokali użytkowych

o charakterze komercyjnym,

- pustostany (parter, suterena) w okolicy stacji metra,
- szerokie ulice z chodnikiem przylegającym do płotu lub ściany nie niosącej funkcji innej niż wygrodzenie,
- mini tereny zielone szczególnie w sąsiedztwie małego obiektu handlowego (np. stragan) lub lokalu usługowego,
- niezagospodarowane tereny przylegające do restauracji lub kawiarni (zob. Tabela 3).

Aktywizacja istniejących w obszarze opracowania zasobów przestrzennych i lokalowych nie może być realizowana bez udziału mieszkańców i innych użytkowników przestrzeni. O tym, że dzielnica przekształca się w tętniącą życiem przestrzeń, w której chętnie spędzają czas różne grupy użytkowników decydują przede wszystkim gęste sieci relacji: międzyludzkich i społeczno-gospodarczych. Stąd formułowane przez nas scenariusze działań, których wdrożenie mogłoby, jak sądzimy, poprawić społeczno-gospodarcze funkcjonowanie dzielnicy, stawiają sobie za cel zagęszczanie tych sieci. Dlatego interesują nas działania „akupunkturowe” zorientowane na 1. wskazywanie i aktywizację istniejących zasobów oraz 2. przyciąganie i katalizowanie nowych interakcji i wymian (zob. Tabela 3).

Wśród rekomendowanych przez nas działań znajdują się przede wszystkim takie, które pozwalają przekształcać Pragę Północ w sprawnie działającą sieć horyzontalnej współpracy, w którą zaangażowani są mieszkańcy, osoby prowadzące bądź chcące prowadzić tu działalność gospodarczą (rzemieślnicy, właściciele kawiarni, restauracji, klubów, sklepów spożywczych, warzywniaków), przedsiębiorcy związani z sektorem kreatywnym, mieszkańcy lewo-brzeżnej Warszawy, turyści krajowi i zagraniczni oraz Urząd Miasta.

Uważamy, że diagnoza szeregu problemów charakterystycznych dla obszaru opracowania, takich jak: wysoki poziom bezrobocia, niski poziom przedsiębiorczości, zły stan techniczny lokali, zagrożenie wykluczeniem społecznym i patologie społeczne [dane z dokumentu udostępnionego przez organizatorów warsztatu] nie powinna przesłaniać potencjału dzielnicy, za który uważamy już istniejące na Pradze sieci relacji społeczno-gospodarczych, których obecność zaznacza się wyraźnie w skali ulic: Żąbkowskiej, Brzeskiej, Białostockiej, Wileńskiej i Stalowej. To właśnie ta sieć, którą rozumiemy jako kluczowy element istniejących na Pradze Północ zasobów, noszący w sobie zdolność samoodnowy i dalszego rozwoju jest podmiotem naszego programu.

Oznacza to, że najistotniejszym aktorem przemian Pragi są nie tyle pojedyncze jednostki, podmioty gospodarcze czy instytucje, ale sieć relacji łączących użytkowników między sobą i użytkowników ze środowiskiem zabudowanym.

	TYP RELACJI			
STRATEGIE DZIAŁANIA	człowiek- -człowiek	człowiek- -przestrzeń	firma- -klient	firma- - firma, dzielnica- -inwestor
Dzielnica kulturalna fizycznie				
Nowe formy starych zawodów				
Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna				
Marka Praga Północ				

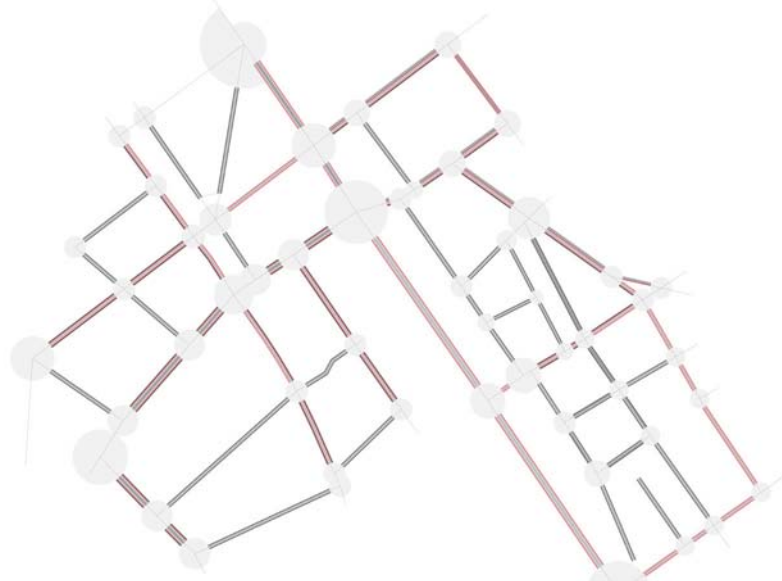
Tab. 1 Zakres oddziaływania poszczególnych strategii na określone typy relacji.

Naszym celem nie jest zatem ani przekształcenie Pragi w skansen tożsamości, ani niwelacja jej lokalnego kolorytu. Koncentrujemy się raczej na tworzeniu warunków i inicjowaniu sytuacji, które umożliwią harmonizowanie przecinających się na Pradze często sprzecznych interesów i potrzeb. Sądzymy, że ich współwystępowanie i różnorodność stanowi główny składnik „autentyczności” dzielnicy [Zukin 2010], wokół której należałoby budować markę Pragi Północ. Przyjęcie oddolnej perspektywy pozwala patrzeć na obszar opracowania nie tylko jak na problematyczny punkt na mapie Warszawy, ale także jak na wielowymiarową wartość kulturową. Uważamy, że ożywienie społeczno-gospodarcze, którego Praga Północ dzisiaj potrzebuje by stać się dzielnicą, w której dobrze się mieszka, odpoczywa, pracuje może zostać osiągnięte w oparciu o istniejące więzi kapitału społecznego i symbolicznego. Podkreślając znaczenie relacyjności, sądzymy, że najistotniejszymi elementami obszaru, na których skupiać powinny się działania rewitalizacyjne,

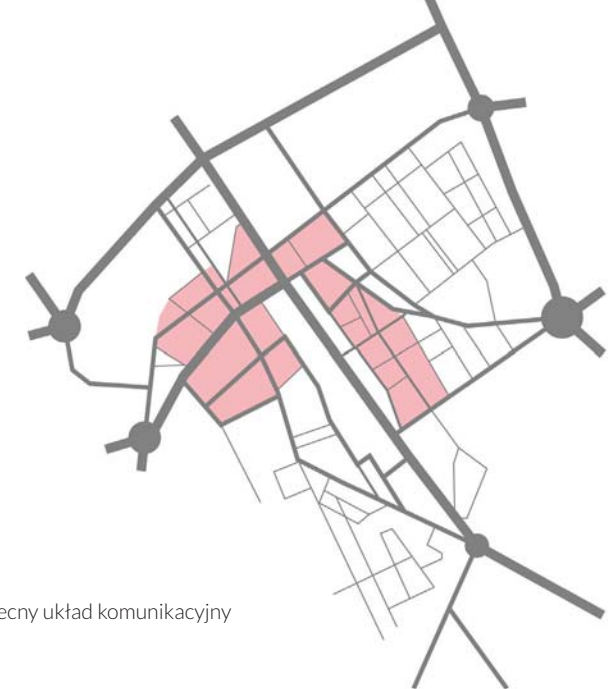
są ulice rozumiane jako pierwotne przestrzenie publiczne, w których poprzez rozmaite praktyki (handel, codzienne zakupy, spotkania przy kawie, sport, rekreacja, itd.) artykułowana, negocjowana i rozwijana jest praska tożsamość.



Rys. 1 Przestrzeń publiczna (kolor biały) - - potencjał relacyjny



Rys. 3 Komunikacyjne relacje ulic (ruch uspokojony, ruch wzmożony z pasem rowerowym)



Rys. 4 Obecny układ komunikacyjny



Rys. 2 Ulica jako relacja między punktami (skrzyżowania, place)

strategia modernizacji sieci komunikacji kołowej

__realizacja odcinka wschodniego obwodnicy Śródmieścia

__realizacja Trasy Świętokrzyskiej

__realizacja Traktu Nadwiślańskiego

__likwidacja ruchu tranzytowego przez dzielnicę

__ograniczenie ruchu na ulicy 11 Listopada i Radzywińskiej __komunikacja lokalna w kierunku PN-PD:

ul. Jagiellońska

połączenie ul. Namysłowskiej z Konopacką

przedłużenie ul. Stalowej aż do Trasy Świętokrzyskiej

__ komunikacja lokalna w kierunku ZACH-WSCH:

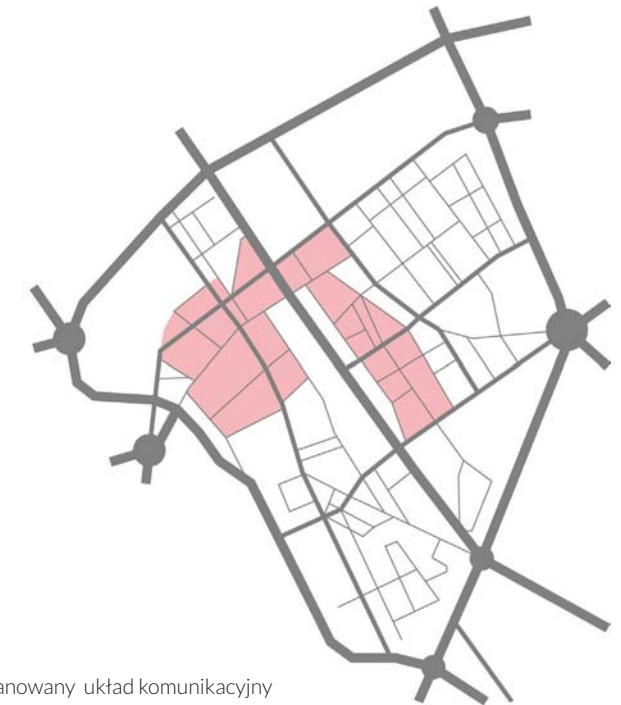
ciąg ulic Ratuszowa-Kowieńska

ciąg ulic Okrzei-Ząbkowska-Kawęczyńska

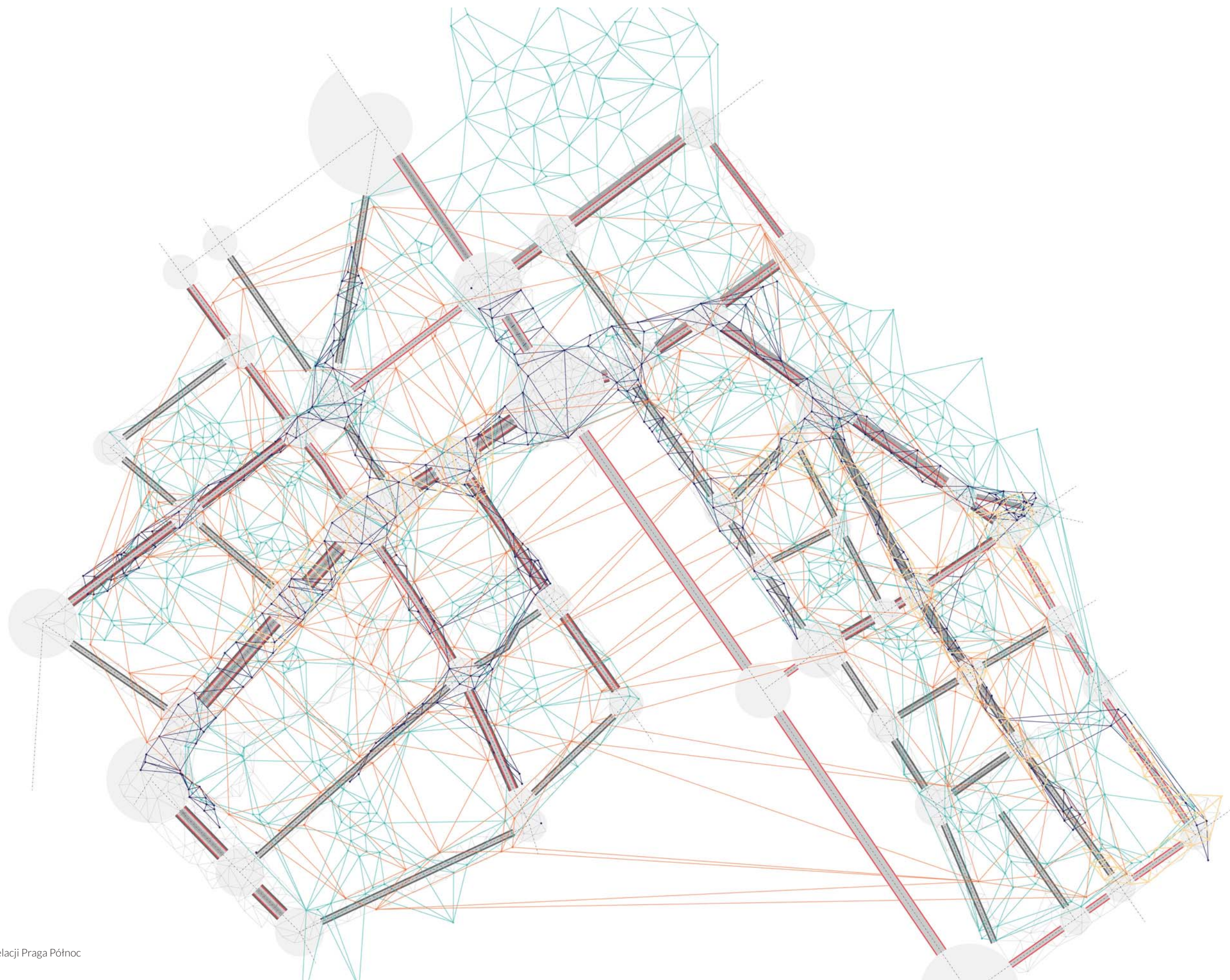
__spowolnienie i zmniejszenie natężenia ruchu kołowego wewnątrz

dzielnicy poprzez zmniejszenie przepustowości wskazanych ulicy oraz zamianę ich w ciągi pieszo-kołowe

__przywrócenie ulicom funkcji pierwotnych przestrzeni publicznych



Rys.5 Planowany układ komunikacyjny



Rys. 6 Przewidywana sieć relacji Praga Północ

1. Strategie

Pragopunktura jest programem wielowątkowym składającym się z czterech głównych strategii nazwanych kolejno: Dzielnica Kulturalna Fizycznie, Nowe Formy Starych Zawodów, Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna, Marka Praga Północ. Cele wyznaczone dla każdej strategii i prowadzące do ich realizacji działania nakładają się na siebie, wzajemnie się uzupełniając i wzmacniając. Poszczególne strategie uwzględniają działania przestrzenne, ekonomiczne, społeczne, związane z polityką lokalową oraz komunikacją i organizacją ruchu.

1.1. Dzielnica Kulturalna Fizycznie

Sądzymy, że jednym ze sposobów podnoszenia jakości życia, w obszarze opracowania jest promocja aktywności sportowej wśród mieszkańców Pragi Północ i zwiększenie jej widzialności w dzielnicy. Sport jest praktyką o potencjale demokratyzującym, tworzy przestrzeń rywalizacji opartej na wynikach, w której czasowo ulegają zatarciu różnice społeczne między ćwiczącymi. Z naszych doświadczeń wynika, że osoby aktywne sportowo dzięki wysokiemu poczuciu sprawstwa są także aktywnymi obywatelami. Lepiej radzą sobie z rozwiązywaniem trudnych sytuacji życiowych, bardziej wydajnie organizują swój czas, chętniej podejmują nowe wyzwania i łatwiej nawiązują kontakty. Uważamy, że promocja aktywności sportowej może stanowić istotne narzędzie w walce z wykluczeniem społecznym, którym zagrożone są mieszkające na Pradze dzieci i młodzież [dane z dokumentu przedstawionego przez organizatorów warsztatów] oraz może tworzyć alternatywę dla nierozwojowych modeli spędzania czasu wolnego.

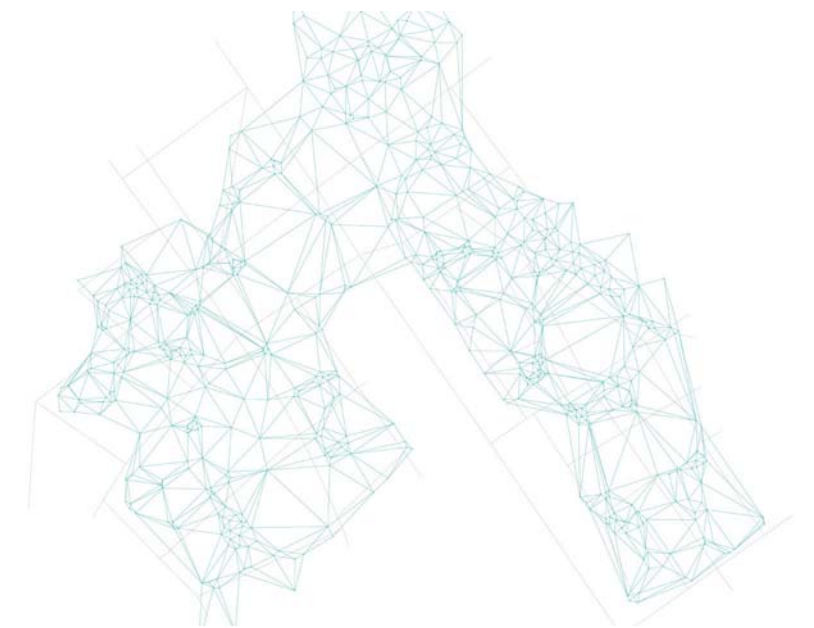
Decydującą rolę dla promocji i zwiększenia widzialności sportu w dzielnicy odgrywa: 1. inteligentna integracja już istniejących przestrzeni dla sportu i rekreacji (np. boiska) z otoczeniem poprzez usuwanie barier dostępu; 2. tworzenie nowych tego typu przestrzeni przy wykorzystaniu istniejących zasobów dzielnicy (niezagospodarowane działki miejskie przecinające linię kamienic, pustostany w pobliżu nieruchomości, w której działa NGO, przestrzenie o funkcji sportowej (np. boiska, place zabaw) lub o potencjale na taką funkcję (np. podwórka), tereny zielone o nieuregulowanym statusie prawnym, ulice przez które można poprowadzić ścieżkę rowerową znajdujące się w sąsiedztwie NGO lub szkoły, kawiarnie, restauracje oraz pustostany w bezpośrednim sąsiedztwie przestrzeni dla sportu i rekreacji oraz w ciągu lokali użytkowych o charakterze komercyjnym)

Tworzenie wraz z mieszkańcami, oddolnie zarządzanych przestrzeni dla sportu w dzielnicy, otwartych dla wszystkich zainteresowanych użytkowników zakłada uruchomienie mikro-sieci relacji, w skład której wchodzi podmioty odpowiadające za: zbadanie możliwości najmu danego lokalu na działalność komercyjną związaną ze sportem, zbadanie możliwości uruchomienia oferty sportowo-rekreacyjnej na wskazanej działce, projektowanie, prototypowanie, ewaluację, realizację, finansowanie i zarządzanie funkcją sportowo-rekreacyjną dla wskazanego lokalu bądź działki należącej do Miasta.

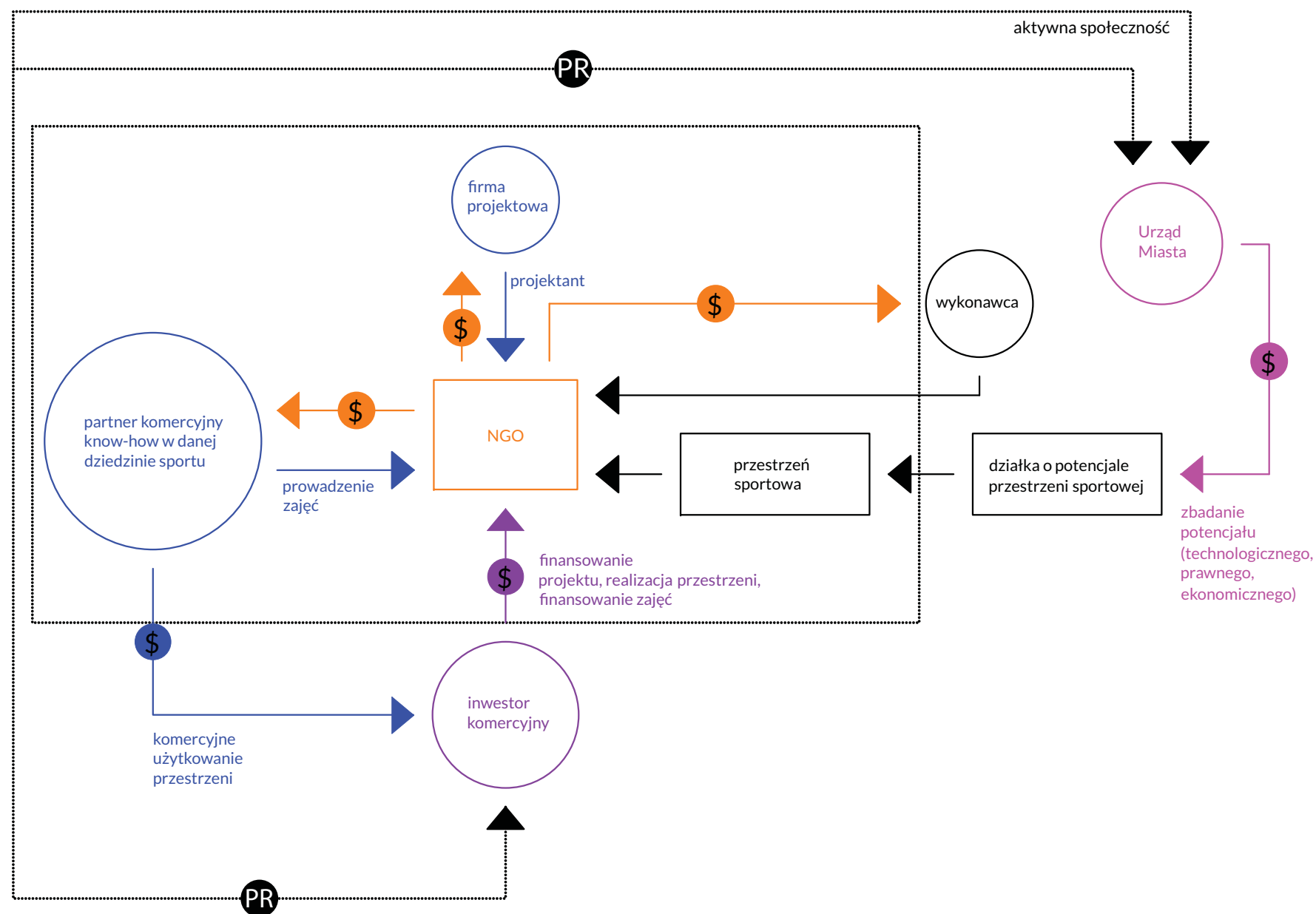
W skład takiej mikro-sieci wchodzi:

- a. Miasto jako inwestor wskazanych badań
- b. NGO, której działalność skupia się na aktywizacji mieszkańców Pragi Północ,
- c. inwestor zainteresowany promocją własnej działalności poprzez sfinansowanie funkcji sportowo-rekreacyjnej na wskazanej działce bądź we wskazanym lokalu
- d. partnerzy merytoryczni/dostawcy know-how, do których należy zaprojektowanie i obsługa przestrzeni sportu i rekreacji (np. komercyjny klub wspinaczkowy we współpracy ze studium architektonicznym)
- e. mieszkańcy, którzy biorą udział w budowie prototypu funkcji docelowej i jej ewaluacji, oraz odpowiadają za nadzór nad powstałą przestrzenią. Realizacja funkcji sportowo-rekreacyjnej w danym lokalu bądź na wybranej działce powinna zakładać wprowadzenie rozwiązań projektowych umożliwiających społeczny nadzór nad przestrzenią (np. rozwiązania zaproponowane przez Oscara Newmana w koncepcji przestrzeni bronionej)

Z wdrożenia strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie skorzystają nie tylko użytkownicy przestrzeni dla sportu, ale także podmioty prowadzące działalność usługową w bliskim otoczeniu obiektu. Spodziewamy się, że obecność przestrzeni dla sportu w obrębie dzielnicy wygeneruje większy ruch w tym obszarze, co przełoży się na zwiększenie obrotów okolicznych sklepów spożywczych i kawiarni oraz z dużym prawdopodobieństwem stworzy potrzebę pojawiania się nowych usług: sklepy ze zdrową żywnością, sklepy sportowe etc. Wdrażanie strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie otwiera także możliwość zaangażowania mieszkańców będących dłużnikami Miasta w prace związane z realizacją i testowaniem prototypów przestrzeni dla sportu i rekreacji oraz w dalszej perspektywie czasowej, w nadzór nad zrealizowanymi inwestycjami.



Rys. 7 Sieć relacji budowanych w ramach strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie

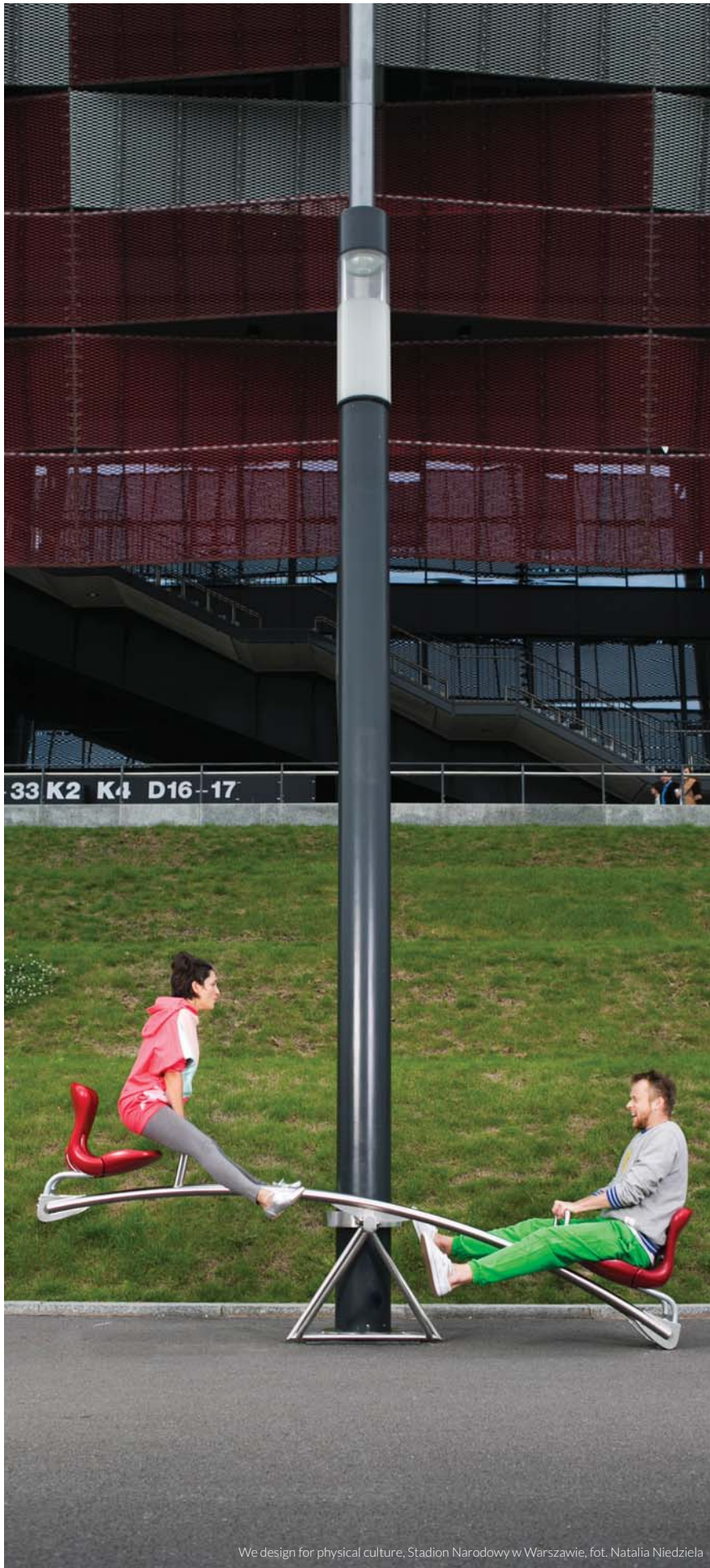


Rys 8 Schemat przykładowej relacji współpracy i finansowania w przypadku przestrzeni sportowej

Przykład projektu w odniesieniu do strategii Dzielnica Kultutralna Fizycznie:
 Sportowo-rekreacyjne meble miejskie
 Dorota Kabała - Head of Design w studio
 We design for physical culture
 Stadion Narodowy w Warszawie, 2013



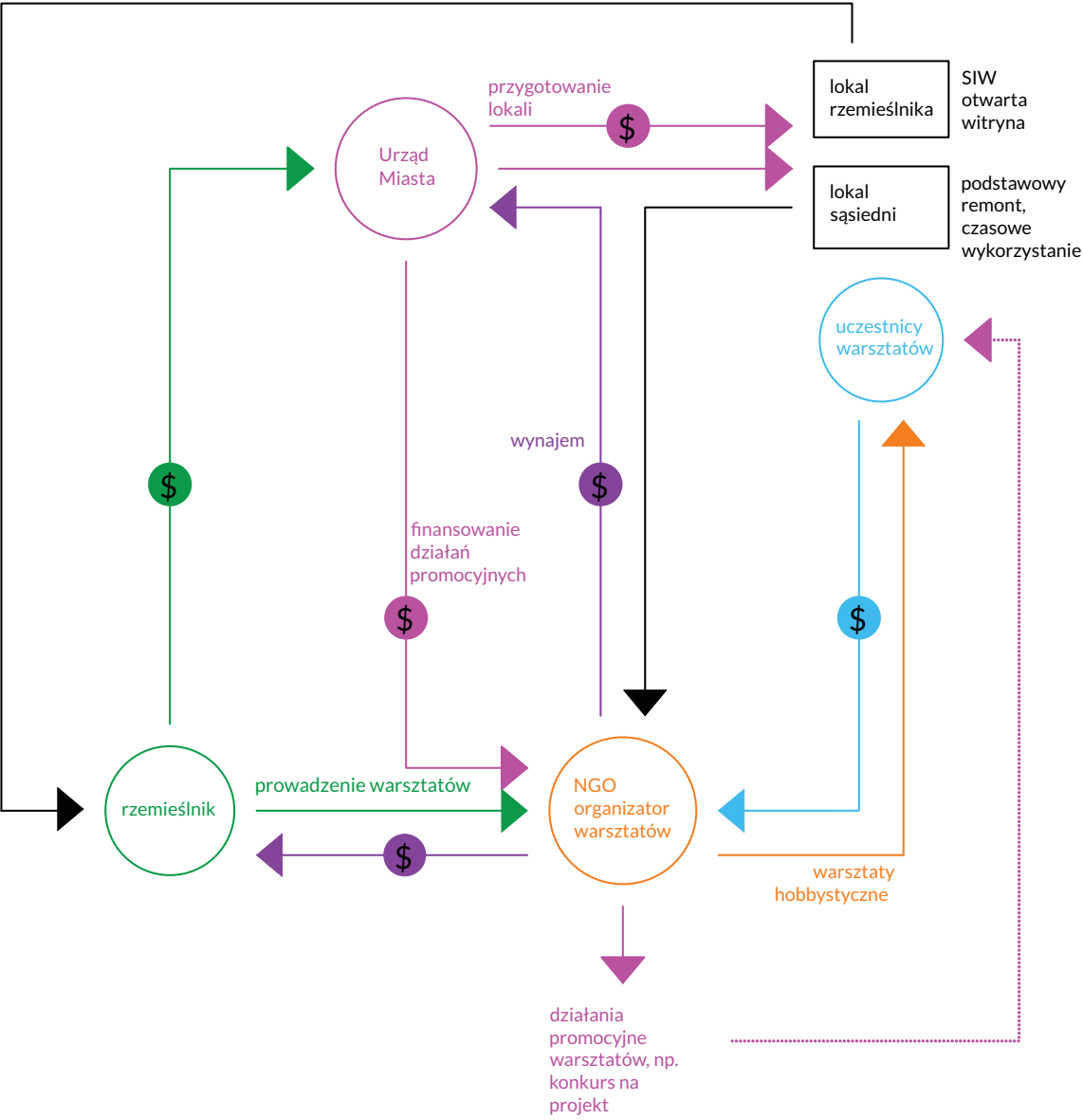
We design for physical culture, Stadion Narodowy w Warszawie, fot. Natalia Niedziela



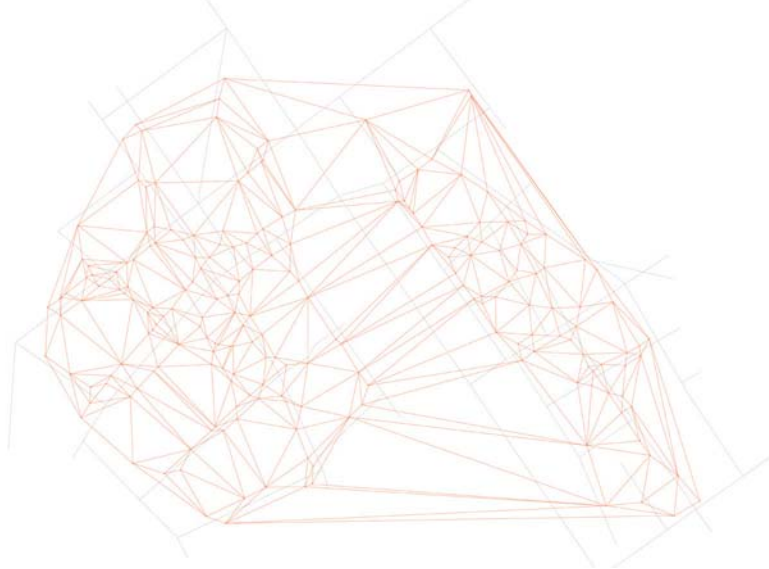
1.2. Nowe Formy Starych Zawodów

Obecność zakładów rzemieślniczych w obszarze opracowania stanowi bardzo ważny element istniejących w dzielnicy sieci relacji społeczno-gospodarczych, które decydują o jej atmosferze i wchodzą w skład marki dzielnicy. Przyspieszenie cykli życia produktu, z którym mamy do czynienia współcześnie, powoduje jednak, że atrakcyjność oferty rzemieślniczej spada. Dużą rolę odgrywają tu względy finansowe – naprawa często kosztuje więcej niż kupno nowego przedmiotu, musimy też włożyć większy wysiłek w odnalezienie zakładu, który świadczy interesujące nas usługi. Z drugiej strony rozwija się trend powrotu do rękodzieła, a sposób pracy rzemieślnika przechwytywany i twórczo przetwarzany jest przez sektor kreatywny. Zainteresowanie branży kreatywnej pracą rąk stanowi szansę rozwoju dla istniejących na Pradze Północ zakładów rzemieślniczych i może wesprzeć przekształcenie sektora tradycyjnych usług i handlu w formę dostosowaną do potrzeb ogólno-warszawskich. Ewolucyjne podtrzymanie istnienia tradycyjnych zawodów w nowej formie wymaga rozwijania relacji współpracy i transferu wiedzy między przedstawicielami rzemiosła i przedstawicielami branży kreatywnej. Wdrożenie strategii Nowe Formy Starych Zawodów, opartej na bezpośrednim i celowym budowaniu kontaktów biznesowych wymaga przygotowania przez Miasto bazy rzemieślników Pragi Północ. W dalszym etapie typuje się 5 zakładów do objęcia strategią. W wytypowanych zakładach przeprowadza się audyt mający na celu określenie słabych i mocnych stron prowadzonej działalności oraz analizę możliwości tworzenia potencjalnych połączeń biznesowych między zakładem i wybranymi przedsiębiorcami z branży kreatywnej. Poza budowaniem sieci relacji łączących rzemieślników i przedstawicieli sektora kreatywnego, ważne są także działania w obszarze polityki lokalowej.

Polegają one na: zbadaniu możliwości włączenia niektórych lokali do programu Nowe Formy Starych Zawodów. W razie pozytywnego wyniku takich badań należy przeprowadzić prace polegające na aranżacji i wyposażeniu wnętrz i witryn lokali przy uwzględnieniu wytycznych SIW i SI określonych dla dzielnicy oraz wykorzystać potencjał otwartej witryny pozwalającej na obserwację pracy rzemieślnika z ulicy. Działania tego typu pozwolą odnowić wizerunek zakładów rzemieślniczych, stając się tym samym komponentem działań brandingowych realizowanych w ramach strategii Marka Praga Północ.



Rys 9 Schemat budowania relacji ekonomicznych w strategii Nowe Formy Starych Zawodów - organizacja warsztatów



Rys. 10 Sieć relacji budowanych w ramach strategii Nowe Formy Starych Zawodów

1.3. - Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna

Analiza sposobu funkcjonowania ulic znajdujących się w obszarze opracowania, gdzie przewidziano interwencje związane ze strategiami Dzielnica Kulturalna Fizycznie i Nowe Formy Starych Zawodów, wykazała potrzebę rozwijania istniejącego w ich obszarze potencjału relacji społeczno-gospodarczych w oparciu o nowy sposób wykorzystania bazy lokalowej należącej do Miasta. Gęsta sieć tego typu relacji sprzyja wzrostowi atrakcyjności ulicy. Uważamy, że ożywienie społeczno-gospodarcze i odnowienie wizerunku ulic Pragi Północ, wymaga zagęszczenia oferty usługowej, wprowadzenia nowych funkcji w przestrzeniach parterowych, rozwijania sieci co-workingu i promocji działań zmierzających do tworzenia klastrów. Cel ten może być realizowany przez działania związane z polityką lokalową polegające na przeznaczeniu części lokali (udział procentowy w zależności od lokalizacji) na wynajem dla start-upowców i mikro-przedsiębiorstw, wybranych w drodze konkursu profilowanego. Lokale ze wskazanej puli powinny zostać poddane remontowi przez wynajmującego do stanu surowego, bez aranżacji wnętrza, konieczne jest także doprowadzenie mediów. Preferowaną funkcją dla lokali znajdujących się w okolicy stacji metra i przystanków ZTM jest funkcja handlowa. W celu przyciągnięcia kupców proponujemy przygotowanie zasad i narzędzi najmu wzorujących się na zasadach rezerwacji ofert turystycznych: FIRST MINUTE, STANDARD, LAST MINUTE (zob. Tabela 3). Ożywieniu obecnych w obszarze opracowania szerokich ulic z chodnikiem przylegającym do płotu lub ściany, nie niosącej funkcji innej niż wygrodzenie, sprzyjać będzie stworzenie systemu dla handlu ulicznego zintegrowanego z okoliczną ofertą handlu stałego. Projektowanie takiego systemu powinno być powiązane z działaniami związanymi z komunikacją i organizacją ruchu. Zakładają one wdrożenie długofalowej strategii modernizacji sieci komunikacji kołowej (zob. Rys. 5) oraz stworzenie sieci ścieżek rowerowych dobrze skomunikowanych z obszarami sąsiadującymi z dzielnicą, mostami Poniatowskiego, Świętokrzyskim i Śląsko-Dąbrowskim, tramwajem wodnym oraz metrem.

W ramach strategii Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna przewidziano także działania przestrzenno-społeczne w skali mikro, których przedmiotem są zieleńce i trawniki. Ulica znacznie zyska na atrakcyjności dzięki usunięciu okalających je płotków i przekształceniu ich w przestrzenie nadzorowane przez najemców okolicznych lokali. Takie działanie otwiera możliwość wykorzystania zieleńców i trawników

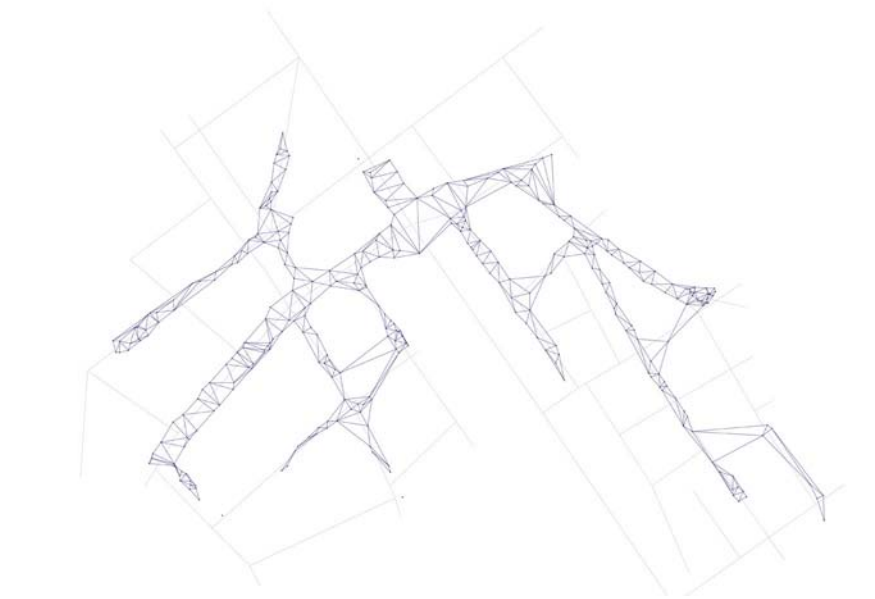
w charakterze ogródków bądź miejsc piknikowych. Należy także rozważyć możliwość usunięcia standardowych w skali kraju ogrodzeń i zastąpienie ich ogrodzeniami przyjaznymi, takimi jak: ogrodzenia w formie odpowiednio ukształtowanego terenu, żywe ogrodzenia zielone, ogrodzenia o zmiennej wysokości oraz dodatkowych funkcjach integrujących i zapraszających, ogrodzenia z możliwością szerokiego otwarcia. wych, zakupowych.



Rys. 11 Relacje budowane w ramach strategii Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna - różnorodne relacje uliczne



Rys. 12 Relacje budowane w ramach strategii Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna - miejskie sieci co-workingowe



Rys.13 Relacje budowane w ramach strategii Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna - handel uliczny

2. Zasady

Działania przewidziane dla czterech wyróżnionych w programie Pragopunktura strategii powinny być realizowane z uwzględnieniem czterech poniższych zasad.

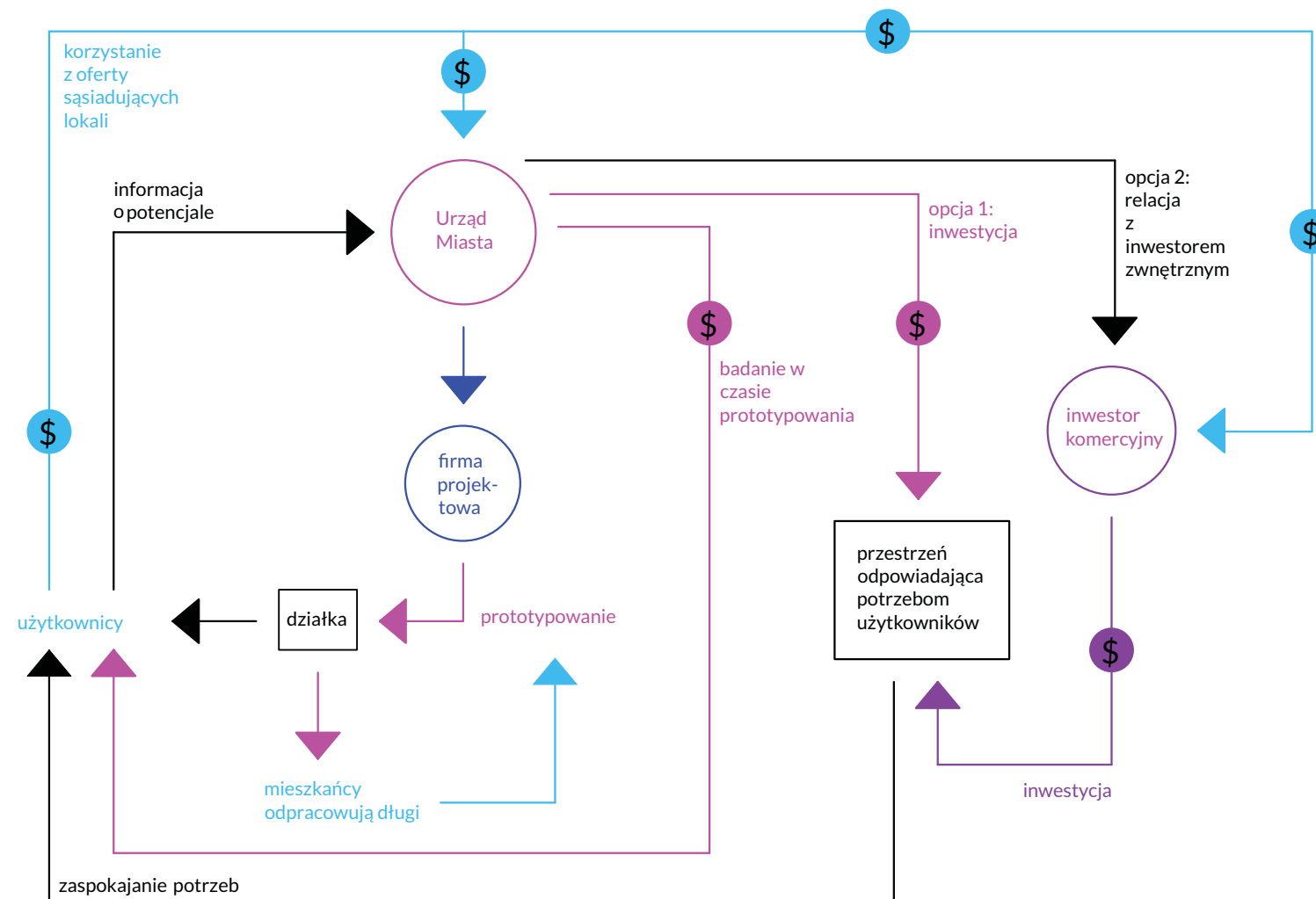
2.1. Testuj! Prototypowanie

Główną wartością jaką niesie prototypowanie jest możliwość dostarczenia trafnego rozwiązania, które spełni oczekiwania użytkowników. Wprowadza ono jednocześnie możliwość włączenia użytkowników w proces projektowy i dalej inwestycyjny. Test społeczny, któremu poddaje się prototypy jest szczególnie istotny przy tworzeniu rozwiązań dla przestrzeni miejskiej, gdzie niedostosowane do potrzeb użytkowników interwencje pogłębiają istniejące zjawiska kryzysowe. Tworzenie prototypu danego rozwiązania przestrzennego może być realizowane w trakcie otwartych warsztatów projektowania partycypacyjnego, w którym biorą udział mieszkańcy. Warsztaty zakładają fizyczne zaangażowanie uczestników w budowanie prototypu, który następnie zostaje oddany do ich użytku na okres od kilku do kilkunastu miesięcy.

W przypadku inwestycji wielkoskalowych brać można pod uwagę prototypowanie cyfrowe, wykorzystujące dostępne narzędzia wizualizacji obiektów architektonicznych. W wielu wypadkach zadanie prototypowania potraktować można jako okazję dla organizacji integrującego mieszkańców i promującego dzielnicę wydarzenia, np. video mapping 3D.

Uważamy, że prototypowanie należy stosować przed realizacją każdego typu inwestycji, niezależnie od jej skali i przeznaczenia. Mimo, że w początkowej fazie procesu inwestycyjnego prototypowanie wydłuża okres realizacji projektu, w szerszej perspektywie czasowej jest działaniem opłacalnym.

Mierzenie sukcesu prototypu może być realizowane przy zastosowaniu: metod obserwacji uczestniczącej w ewaluacji funkcjonalności i społecznej atrakcyjności obiektu, wywiadów z użytkownikami, rejestracji obrazem oraz w ramach konsultacji społecznych, podczas których mieszkańcy wyrażają swoje opinie na temat proponowanego rozwiązania.



Rys 15. Schemat zależności wynikających z prototypowania przestrzeni publicznej



Krystian Kwieciński i Ewa Szyłberg, Mieżaki, Warszawa, fot. Krystian Kwieciński



Krystian Kwieciński i Ewa Szyłberg, Mieżaki, Warszawa, fot. Krystian Kwieciński



Krystian Kwieciński i Ewa Szyłberg, Mieżaki, Warszawa, fot. Krystian Kwieciński



Krystian Kwieciński i Ewa Szyłberg, Mieżaki, Warszawa, fot. Krystian Kwieciński

Przykład projektu w odniesieniu do zasady Prototypowanie:
 Mieżaki
 autorzy Krystian Kwieciński, Ewa Szyłberg
 realizacja przy ul. Smolnej w Warszawie, 2012



Krystian Kwiecinski i Ewa Szyberg, Mieźaki, Warszawa, fot. Krystian Kwiecinski



Krystian Kwiecinski i Ewa Szyberg, Mieźaki, Warszawa, fot. Krystian Kwiecinski



Maciej Siuda i Rodrigo García Gonzalez, Devebere, Paryż, fot. Devebere



Maciej Siuda i Rodrigo García Gonzalez, Devere, Wenecja, fot. Devere



Maciej Siuda i Rodrigo García Gonzalez, Devere, Wenecja, fot. Devere



Maciej Siuda i Rodrigo García Gonzalez, Devere, Paryż, fot. Devere

Przykład projektu w odniesieniu do zasady Prototypowanie:

Devere

autorzy Maciej Siuda, Rodrigo García Gonzalez

realizacje Paryż i Wenecja, 2012



Maciej Siuda i Rodrigo García Gonzalez, Devere, Paryż, fot. Devere

1.4. Marka Praga Północ

Wzmocnienie istniejących w obszarze opracowania relacji społeczno-gospodarczych, poza interwencjami związanymi z polityką lokalową oraz komunikacją i organizacją ruchu, przestrzennymi, ekonomicznymi i społecznymi, wymaga także działań zmierzających do kształtowania i wzmocnienia świadomości marki dzielnicy. Uważamy, że działania brandingowe należy prowadzić w sposób zrównoważony, z uwzględnieniem narracji, wokół których kształtowana jest praska tożsamość. Elementami, które naszym zdaniem warto artykułować w obrazie marki Pragi Północ są istniejące tu relacje społeczno-gospodarcze, rzemieślniczo-przemysłowa i wielokulturowa przeszłość dzielnicy oraz specyficzne tempo życia, które odpowiada rozwijającej się obecnie idei slow life. Znaczenie tych elementów w społecznym odbiorze Pragi Północ potwierdzają wyniki badań środowiskowych przeprowadzonych w obszarze opracowania przez Grupę Urbanika [dane z dokumentu udostępnionego przez organizatorów warsztatów]. Działania, które proponujemy w ramach strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie, Nowe Formy Starych Zawodów oraz Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna przyczynią się do wzmocnienia wizerunku Pragi jako dzielnicy, która dba o własne zasoby, twórczo je rozwija, i jednocześnie przekształca otwierając się na inspiracje i innowacje płynące z zewnątrz.

Kształtowanie świadomości marki Pragi Północ wiąże się także pośrednio ze zwiększeniem widoczności dzielnicy w przestrzeni wirtualnej. Celowi temu służyć mogą działania, takie jak: stworzenie internetowych narzędzi na urządzenia mobilne dla turystów, promocja dzielnicy z użyciem serwisów społecznościowych (wirtualne „tagowanie się” połączone z akcjami promocyjnymi i dodatkowymi promocjami w przestrzeni fizycznej), promocja usług świadczonych w dzielnicy poprzez podkreślanie ich związku z tradycjami rzemieślniczymi, promocja kulturowych zasobów dzielnicy realizowana przez rozwijanie istniejących i tworzenie nowych szlaków turystycznych: historycznych, muzycznych, kulinarnych, lifestylowych, zakupowych.



Rys 14. Zestawienie wszystkich relacji planowanych w ramach wszystkich strategii.

2.2. Synchronizuj! Praca ze zmiennością rytmów dzielnicy

Istotną rolę w zagęszczaniu relacji społeczno-gospodarczych w przestrzeni dzielnicy odgrywa rozpoznanie rytmów jej funkcjonowania i związanych z nimi potrzeb. Znaczenie ma w tym względzie proponowanie elastycznych rozwiązań wielofunkcyjnych (np. przestrzeń funkcjonująca w tygodniu jako targ w niedzielę i święta zmienia się w przestrzeń spotkań dla społeczności lokalnej). Ideą działań wrażliwych na aspekt czasowy jest synchronizacja oferty funkcjonalnej z porami dnia, miesiąca czy roku. Włączenie czynnika czasu do projektowania przemian Pragi Północ może wpłynąć stymulująco na kreatywność mieszkańców oraz zwiększyć zainteresowanie turystów klimatem i ofertą usługowo-handlową dzielnicy.

2.3. Linkuj! Sieciowanie

Kluczową metodą zagęszczania i wzmacniania istniejących w obszarze opracowania relacji społeczno-gospodarczych jest sieciowanie różnego typu aktywności. Rozwój sieci umożliwiającej transfer wiedzy, umiejętności i informacji może być realizowany przez budowanie co-workingów. Kluczową rolę odgrywa tu także skupienie części aktywności w przestrzeni wirtualnej i budowa sprawnie działającej, na bieżąco odświeżanej platformy informacyjnej Pragi Północ, która łączyłaby dostawców oferty z potencjalnymi odbiorcami. Sądzymy, że o realnej i wirtualnej przestrzeni dzielnicy należy myśleć równolegle i projektować działania w obu tych sferach. Dotyczy to przede wszystkim informacji. Dobrze zorganizowana informacja w przestrzeni fizycznej podwyższa poczucie bezpieczeństwa wśród mieszkańców, aktywizuje, wpływa pozytywnie na integrację. Z kolei sprawnie działająca, dobrze pozycjonowana platforma informacyjna otwiera dzielnicę na nowych użytkowników, zachęca do odwiedzenia jej przez turystów i potencjalnych inwestorów oraz do lokowania tu własnej działalności gospodarczej.

2.4. Włączaj! Lokalni liderzy

Wielokrotnie działania rewitalizacyjne podejmowane w dzielnicach skutkują efektem gentryfikacyjnym [P. Ciesiółka, (dostęp: 27.06.2014)]. Ma on różne wymiary od najbardziej oczywistego, czyli zwyżki

czynszów i wyparcia dotychczasowych mieszkańców z terenu przejmowanego przez osoby lepiej sytuowane, po mniej oczywisty, jakim jest dyslokacja pracy. Wytworzenie nowych miejsc pracy w danej dzielnicy w większości sytuacji nie prowadzi do zmniejszenia poziomu bezrobocia wśród społeczności lokalnej. Należy zatem podjąć działania polegające na łączeniu osób poszukujących pracy w dzielnicy z osobami, które lokują tu swoją działalność.

Jednym ze sposobów integrowania lokalnego rynku pracy jest wyłonienie i zaangażowanie w działania networkingowe lokalnych liderów, którzy mogliby pełnić rolę pośredników i mediatorów w dialogu między miastem, inwestorami, przedsiębiorcami i mieszkańcami. Osoby takie znają potrzeby i doświadczenia mieszkańców obszaru, są przez nich rozpoznawane i cieszą się zaufaniem. Sądzymy, że oddolne wyłonienie lokalnych liderów przeprowadzone we współpracy z NGO i wsparcie ich aktywności przez Miasto, również w wymiarze wynagrodzenia za pracę (umowa o dzieło, umowa o pracę w zależności o realizowanego projektu), podniesie efektywność proponowanych w naszym programie działań naprawczych. W każdym wypadku głosy lokalnych liderów muszą być wysłuchane i brane pod uwagę przez decydentów. W razie konfliktu interesów należy podjąć racjonalną dyskusję zmierzającą do wypracowania rozwiązania kompromisowego.

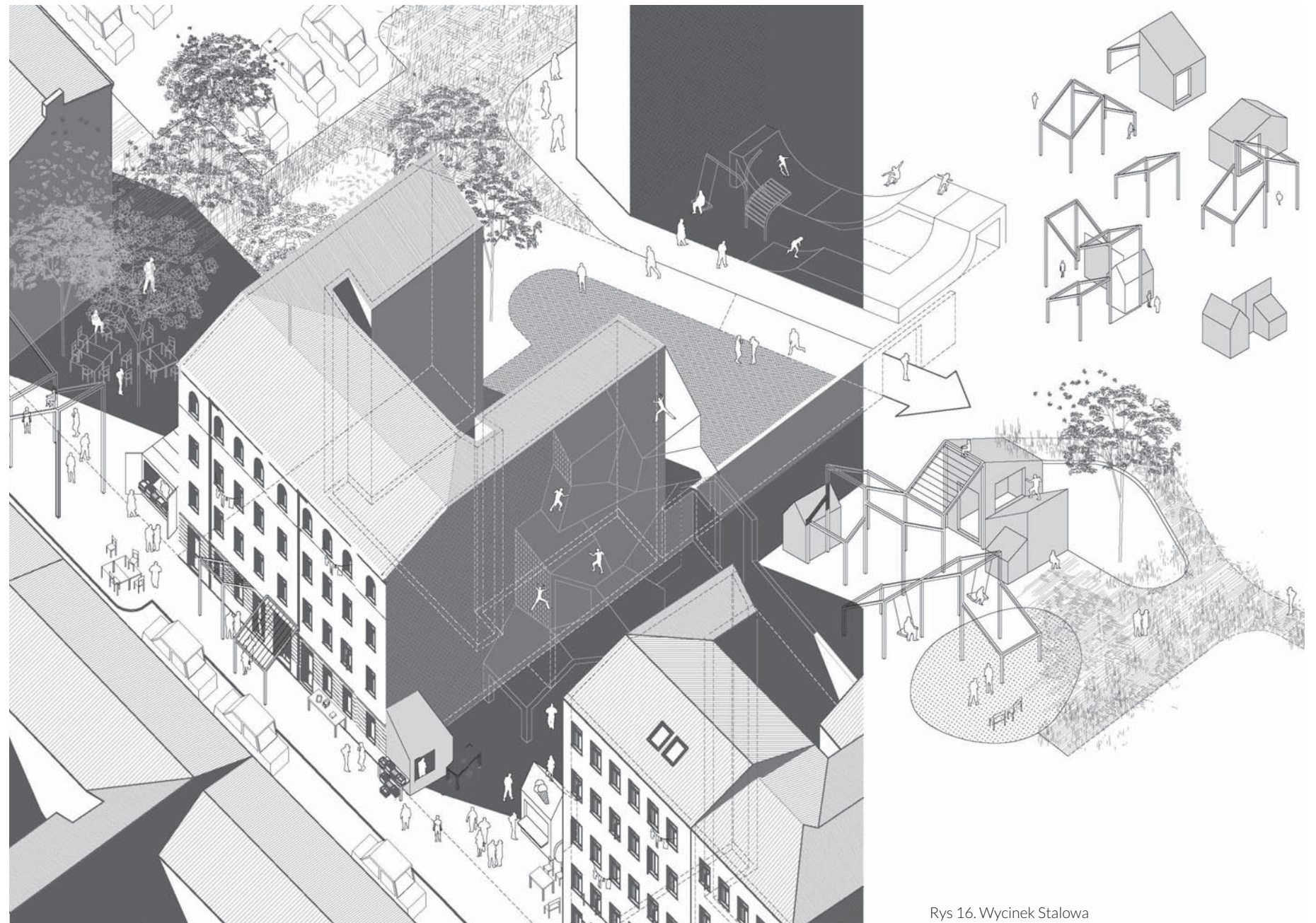
Lokalizacje

Wskazane lokalizacje oraz proponowane dla nich rozwiązania stanowią przykład zastosowania danej strategii w konkretnym kontekście społeczno-przestrzennym. Wskazane rozwiązania i ilustracje stanowią wyłącznie punkt wyjścia do dalszej dyskusji. Docelowe propozycje rozwiązań przestrzennych i funkcjonalnych wymagają rozwinięcia w trakcie procesu projektowego.

3.1. Wycinek Stalowa

W ramach strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie proponowane jest utworzenie mikro-sieci relacji pomiędzy: mieszczącym się przy ul. Środkowej ZOW Ognisko „Praga”, komercyjnym klubem wspinaczkowym oraz inwestorem komercyjnym. Łącznikiem między podmiotami współtworzącymi mikro-sieć jest stworzona między budynkami infrastruktura sportowa – ścianka wspinaczkowa zrealizowana w oparciu o ślepą ścianę kamienicy; budynek w podwórzu (ul. Stalowa 29) zagospodarowany na przechowywanie sprzętu, przebieralnie, pokój dla instruktorów; połączenie przestrzeni ZOW oraz infrastruktury wspinaczkowej w miejscu obecnego muru oddzielającego plac zabaw na terenie ZOW. W ramach strategii Nowe Formy Starych Zawodów proponowane jest tworzenie partnerstwa, w skład którego wchodzi rzemieślnik i przedsiębiorca. Ich współpraca wiąże się ze stworzeniem biznesplanu, określeniem kamieni milowych, celów oraz metod ewaluacji przedsięwzięcia. Partnerstwem tego typu mógłby zostać objęty zakład zegarmistrza przy ulicy Stalowej 21. Strategia Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna realizowana jest m.in. poprzez: przeznaczenie części lokali na wynajem dla start-upów i mikro-przedsiębiorców (np. lokale przy ul. Stalowej 29); prototypowanie przestrzeni publicznej; tworzenie sieci lokali o różnorodnej ofercie gastronomicznej, służącej użytkownikom pracującym na terenie dzielnicy.

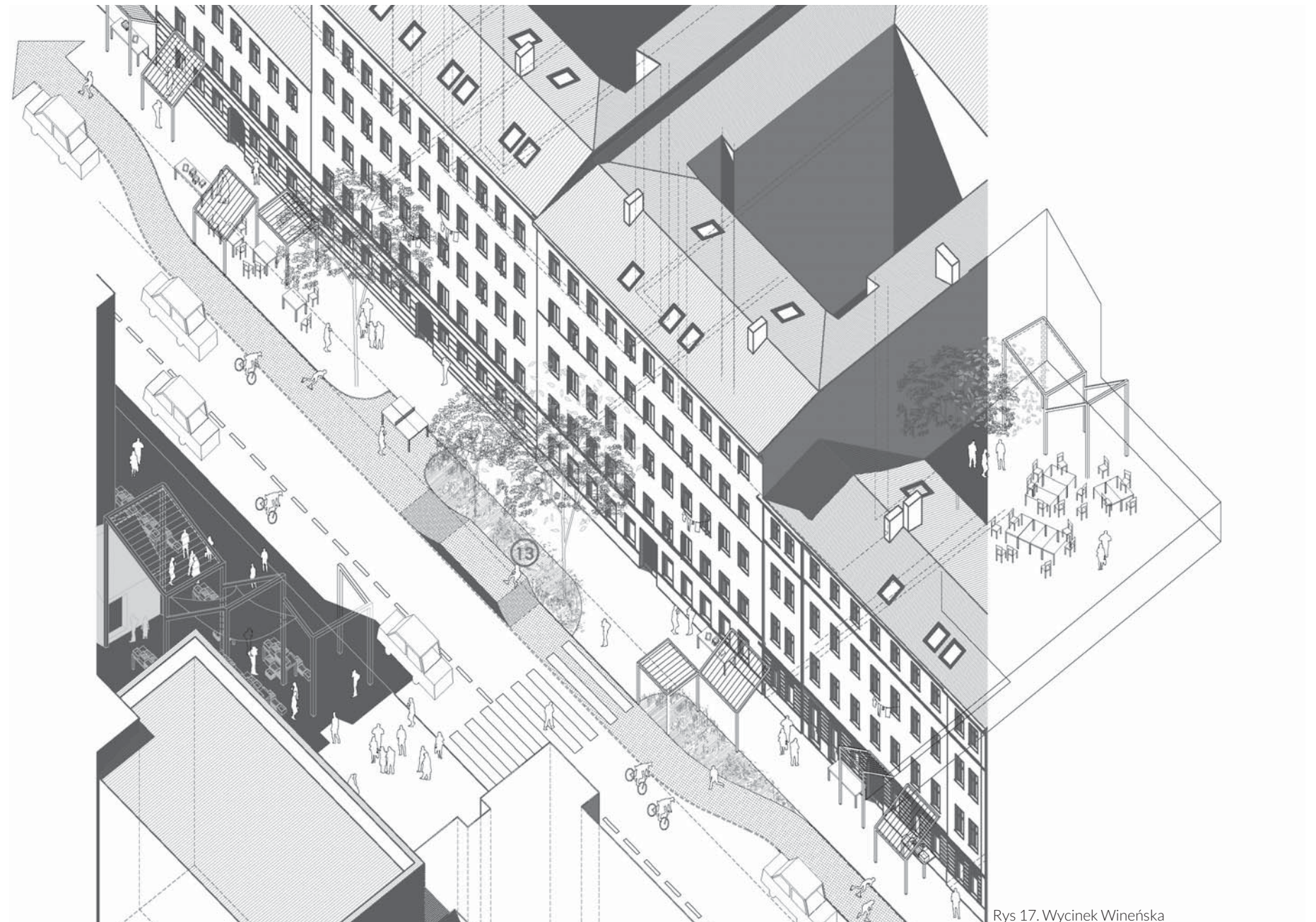
(Przegląd proponowanych rozwiązań i działań przedstawia Tabela 3)



Rys 16. Wycinek Stalowa

3.2. Wycinek Wileńska

Ze względu na obecne tu zakłady m.in. krawieckie i kaletnicze, dla wycinka ulicy Wileńskiej przewidziano zastosowanie strategii Nowe Formy Starych Zawodów, Dzielnica Kulturalna Fizycznie i Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna. W związku z bliskim sąsiedztwem stacji metra część lokali w tej okolicy proponuje się przeznaczyć na wynajem pod działalność handlowo-usługową. Realizując to zadanie należy zadbać o wizualnie atrakcyjne opracowanie ciągu witryn lokali, zgodne z dzielnicowymi wytycznymi SI i SIW. W ramach strategii Dzielnica Kulturalna Fizycznie proponuje się przekształcenie podwórz w „mikro boiska” sąsiedzkie – dedykowane prostym i cichym sportom powszechnym, np. gra w bule, w szachy, joga, TRX itp. Przy tworzeniu „mikro-boisk” sąsiedzkich szczególnie ważne jest stosowanie rozwiązań włączających grupy zwyczajowo pomijane przy tego typu interwencjach: seniorzy, kobiety i dziewczynki. Finansowanie i zarządzanie powstałą w ten sposób przestrzenią dla sportu i rekreacji proponuje się realizować w oparciu o przedstawioną wyżej mikro-sieć relacji. Ważnym zasobem ulicy Wileńskiej, który sprzyja realizacji strategii Ulica jako Pierwotna Przestrzeń Publiczna jest jej szerokość, która pozwala na bezkonfliktowe umieszczenie tu zaprojektowanych „stoisk” do handlu ulicznego. (Przegląd proponowanych rozwiązań i działań przedstawia Tabela 3)



Rys 17. Wycinek Wileńska

3.3. Wycinek Ząbkowska, Brzeska, Białostocka

Działania proponowane dla wycinka Ząbkowska, Brzeska, Białostocka mają na celu promocję aktywności sportowej wśród mieszkańców. Do działań tego typu należą: usunięcie aktualnych ogrodzeń i zastąpienie ich ogrodzeniami zapraszającymi, przyjaznymi; weekendowe otwarcie boisk dla dowolnego użycia przez mieszkańców; przeprowadzenie ścieżki pieszej i rowerowej wzdłuż boiska; dodanie nowych funkcji sportowych; zastąpienie standardowego placu zabaw placem niejednoznacznym, wyzwającym w dzieciach kreatywność i poczucie sprawstwa – edukującym. Przewidywane jest także zaangażowanie sąsiadujących restauracji, kawiarni i pobliskiego sprzedawcy warzyw w nadzór nad przestrzenią oraz opiekę nad okolicznym trawnikiem.

(Przegląd proponowanych rozwiązań i działań przedstawia Tabela 3)



Rys 18. Wycinek Ząbkowska, Brzeska, Białostocka

Praga przyszłości

Opowieść o niebezpiecznej Pradze odchodzi w zapomnienie. Praga Północ ma wyrobioną markę dzielnicy kreatywnej, integrującej mieszkańców z różnych grup społecznych. Dzięki działaniom animującym i sieciującym lokalny i ogólno-warszawski rynek usług oraz wprowadzeniu nowych sposobów użytkowania zasobów przestrzennych dzielnicy znikają konflikty społeczne na tle nierówności statusowych. Ulice Pragi Północ tętnią zróżnicowanymi formami aktywności społeczno-gospodarczej. W wielu miejscach w przestrzeni dzielnicy działają przestrzenie dla sportu i rekreacji, wokół których koncentruje się życie dzielnicy. Ścianka wspinaczkowa przy ulicy Stalowej jest malowniczym elementem krajobrazu i dobrze funkcjonującym miejscem integracji społecznej. Na otwartych placach zabaw i boiskach spotykają się dzieci i młodzież z różnych grup społecznych. Redukcji ulegają istniejące podziały społeczne. Docenia się pracę rzemieślników i lokalnych liderów. Turysty chętnie korzystają z oferty kulturalnej dzielnicy. Praga Północ zdobywa certyfikat dzielnicy slow life. Objęte strategią Dzielnica Kulturalna Fizycznie i Nowe Formy Starych Zawodów osoby przerywają model rodziny dysfunkcyjnej, angażują się w działania na rzecz lokalnej społeczności. Pragę chętnie odwiedzają mieszkańcy lewo-brzeżnej Warszawy, korzystając z dostępnej tu oferty sportowej, handlowej i usługowej. Zakłady rzemieślnicze przyciągają turystów, przedstawiciele branży kreatywnej komunikują się z rzemieślnikami, tworząc ciekawą ofertę usługową. Praga tętni zróżnicowanymi formami życia społecznego i kulturalnego.

Bibliografia

Certeau M. de, Wynaleźć codzienność. Sztuki działania, tłum. K. Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
Ciesiołka P., <http://www.urbanistyka.info/content/gentryfikacja-jako-efekt-rewitalizacji-przyklad-poznania> [dostęp 27.06.2014]
Diagnoza kryzysowości obszaru kryzysowego i podobszarów dla zintegrowanego programu rewitalizacji dla m.st. Warszawy na lata 2014-2020 (dokument udostępniony przez organizatorów warsztatu)
GRUPA URBANIKA, Funkcjonowanie społeczne obszaru nowej Pragi. Raport z badań środowiskowych (dokument udostępniony przez organizatorów warsztatu).
Zukin S., Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places, Oxford University Press, New York 2010

Szczegółowe zestawienie działań

	TYP RELACJI			
STRATEGIE DZIAŁANIA	przekształcenia lokali, polityka lokalowa, przekształcenia budynków, przestrzeni	zmiany organizacji ruchu, komunikacji	system informacji wizualnej, system identyfikacji	program funkcjonalny ulic, placów, dziedzińców
Dzielnica kulturalna fizycznie				
Nowe formy starych zawodów				
Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna				
Marka Praga Północ				

Tab. 2 Zakres oddziaływania poszczególnych strategii w odniesieniu do wytycznych konkursowo-warsztatowych.

	Istniejące w dzielnicy zasoby do aktywizacji	STRATEGIE DZIAŁAŃ wobec zasobów	Działania w celu aktywizacji zasobów, przyciągania i katalizowania nowych interakcji i wymian Proponowane działania do 2016	Przewidywany wynik działań w 2016	Działania w celu aktywizacji zasobów, przyciągania i katalizowania nowych interakcji i wymian Proponowane działania do 2025	Przewidywane najważniejsze wyniki działań w 2025	Przykładowe lokalizacje stosowania działań:		
							wycinek Stalowa	wycinek Wileńska	wycinek Ząbkowska, Brzeska, Białostoc-ka
1.	Niezagospodarowane działki miejskie przecinające linię kamienic.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Projektowanie funkcji dla poszczególnych działek z myślą o ich prototypowaniu. Prototypowanie przestrzeni publicznej na poszczególnych działkach o planowanych funkcjach: tereny zielone, miejsca handlu ulicznego, tereny sportu i rekreacji, sezonowa zmienna funkcja i inne. Wnioski z prototypowania (na podstawie wywiadów z użytkownikami i rejestracji obrazem). Realizacja docelowych funkcji na części działek. Inwestor prototypowania: Urząd Miasta, możliwa współpraca z podmiotami komercyjnymi.	Przetestowane, wybrane i zrealizowane docelowo funkcje oraz cykl zmienności funkcji dla części niezagospodarowanych działek oraz funkcjonujące prototypy funkcji na pozostałych działkach. Polepszenie integracji użytkowników dzielnicy z przestrzenią oraz zwiększenie poczucia sprawczości wśród mieszkańców (poczucie, że ich opinia jest ważna). Przestrzeń umożliwiające integrację mieszkańców z różnych grup społecznych, użytkowników włączonych w strategię „Nowe Formy Starych Zawodów” oraz użytkowników dzielnicy jako co-workingu.	Zagospodarowanie kolejnych działek zgodnie z wynikami prototypowania przestrzeni publicznej. Inwestor realizacji: Urząd Miasta, możliwa współpraca z podmiotami komercyjnymi.	Przestrzeń publiczne odpowiadające na realne potrzeby użytkowników, sprzyjające integrowaniu się różnych grup społecznych. Funkcje zaakceptowane przez te grupy - oswojone przestrzeń publiczne, integrujące przestrzeń zabudowaną z użytkownikiem. Poczucie sprawczości wśród mieszkańców.			
2.	Pustostan w pobliżu nieruchomości, w której działa NGO.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Zbadanie możliwości najmu danego lokalu na działalność o profilu uzupełniającym program NGO, np. NGO edukujące młodzież, najem lokalu komercyjnej szkole językowej; NGO aktywizujące dzieci, najem lokalu komercyjnemu klubowi wspinaczkowemu. Remont lokali. Najem lokali wg tej zasady i wyników badań. Inwestor badań i remontów: Urząd Miasta	Część lokali wynajęta wg przyjętej zasady i wyników badań. Działające na terenie dzielnicy podmioty NGO połączone programowo i przestrzennie z podmiotami komercyjnymi (poszerzenie oferty, umożliwienie kontaktu mieszkańców z osobami napływowymi m.in. poszerzanie horyzontów, nowe autorytety np. nauczyciel języka, sportowiec). Nowi najemcy włączeni od początku w sieć lokalnych kontaktów - lepsza integracja zarówno działań, jak i poszczególnych osób.	Badanie, remont i najem kolejnych pustostanów wg przyjętej zasady. Inwestor badań i remontów: Urząd Miasta, w zakresie remontów możliwa współpraca z podmiotami komercyjnymi.	Silna integracja podmiotów niekomercyjnych i komercyjnych. Połączone działania uzupełniające tworzą mocną sieć relacji na płaszczyźnie komercyjnej i społecznej.			

3.	Przestrzeń o funkcji sportowej lub o potencjale na taką funkcję, w pobliżu NGO lub szkoły.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Zbadanie możliwości uruchomienia konkretnej oferty sportowo-rekreacyjnej na określonych działkach oraz tworzenia w oparciu o nią mikro sieci relacji. Nawiązanie współpracy z inwestorem zainteresowanym inwestycją w sport i rekreację oraz promowaniem się poprzez te działania. Nawiązanie współpracy z partnerem merytorycznym zainteresowanym obsługą przestrzeni sportu i rekreacji. Realizacja wzorcowych dwóch przestrzeni sportowych. Inwestor badań: Urząd Miasta. Inwestor realizacji: inwestor komercyjny.	Zrealizowane dwie wzorcowe przestrzenie sportowe oraz opierające się o te przestrzenie dwie mikro sieci relacji komercyjno-społecznych. Zbudowana i działająca oferta komercyjna i społeczna dla tych przestrzeni. Załączki aktywnej postawy (poprzez sport, kontakt z autorytetami z dziedzin sportowych) wśród części mieszkańców, w szczególności dotychczasowych odbiorców oferty NGO. Wzrost integracji między użytkownikami z różnych grup społecznych.	Badanie i realizacja kolejnych przestrzeni sportowych wraz z mikro sieciami relacji. Łączenie mikro sieci w sieć ogólnodzielnicową oraz budowanie połączeń w skali miasta, kraju, świata (zapraszanie do współpracy partnerów działających poza Pragę Północ, np. klub wysokogórski realizujący miejską ofertę oraz wyjazdy, zawody z udziałem osób spoza Polski etc.) Inwestor badań: Urząd Miasta. Inwestor realizacji: inwestor komercyjny.	Zadbane, wysokiej jakości przestrzenie sportowe do użytku przez zróżnicowane grupy społeczne. Silne mikro sieci relacji komercyjnych i społecznych. Aktywna postawa wśród części mieszkańców, w szczególności dotychczasowych odbiorców oferty NGO. Aktywni mieszkańcy stają się pozytywnymi wzorcami dla kolejnych pokoleń. Zysk inwestorów w obszarze promocyjnym i sprzedażowym. Możliwie pełna integracja między użytkownikami z różnych grup społecznych.			
4.	Funkcjonujące zakłady rzemieślnicze lub rzemieślnicy pozbawieni swojego zakładu.	Nowe formy starych zawodów. pośrednio: Marka Praga Północ	Zaprojektowanie szczegółów strategii tworzenia połączeń "Nowe Formy Starych Zawodów" opartej na bezpośrednim i celowym budowaniu kontaktów. Przygotowanie bazy rzemieślników Pragi Północ, wytypowanie pierwszych 5 do objęcia strategią. Określenie mocnych i słabych stron danego zakładu oraz prowadzących go osób. Analiza pod kątem biznesowym możliwych połączeń komercyjnych między zakładem a wybranymi przedsiębiorcami z branży kreatywnej (w szczególności produkcja seryjna i jednostkowa). Analiza biznesowa i możliwości pozyskania inwestycji, m.in. inwestor komercyjny jako trzeci podmiot w relacji, przedsiębiorca kreatywny sam inwestuje, inwestycje crowdfunding np. polakpotrafi.pl, kickstarter.com. Stworzenie pierwszych wzorcowych połączeń: rzemieślnik + przedsiębiorca. Inwestor przygotowania projektu szczegółów strategii: Urząd Miasta we współpracy z kompetentnym partnerem w dziedzinie rozwoju przedsiębiorczości.	Uruchomiona działalność pierwszych 3-5 wzorcowych partnerstw: rzemieślnik + przedsiębiorca wraz z określonym biznesplanem, kamieniami milowymi i celami oraz metodami weryfikacji przedsięwzięcia w skali pół roku, 1, 2, 3, 5 lat.	Weryfikacja działań wzorcowych partnerstw na podstawie realizacji celów określonych w biznesplanach. Włączanie kolejnych zakładów rzemieślniczych w strategię "Nowe Formy Starych Zawodów". Możliwe nawiązanie współpracy z placówkami edukacyjnymi w celu realizacji tej strategii. Inwestor: Urząd Miasta. Realizacja: Kompetentny partner w dziedzinie rozwoju przedsiębiorczości.	Działające 10-20 partnerstw, (przynoszące dochód przedsiębiorcom kreatywnym, rzemieślnikom, inwestorom. Wykorzystany potencjał tradycyjnych rzemiosł w sposób przystosowany do potrzeb rynku. Ożywione zakłady rzemieślnicze stanowią wartość w zakresie budowania kultury materialnej dzielnicy z poszanowaniem i wykorzystaniem dorobku z przeszłości, co skutkuje podniesieniem wartości turystycznej dzielnicy oraz buduje jej ofertę sprzedażową atrakcyjną dla mieszkańców innych dzielnic Warszawy oraz dla turystów, a także buduje tożsamość dzielnicy w oparciu o jej dotychczasowy charakter.			

5.	Pustostan w odległości do dwóch przecznicy od zakładu rzemieślniczego oraz istniejący lokal z działalnością rzemieślniczą	Nowe formy starych zawodów. Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Doprowadzenie mediów i podstawowy remont lokalu do stanu surowego, bez aranżacji wnętrza. Sprawdzenie możliwości wykorzystania lokalu w strategii "Nowe Formy Starych Zawodów". Włączenie wybranych lokali w strategię. Aranżacja i wyposażenie wnętrz i witryn lokali, uwzględnienie wytycznych SIW i SI określonych dla dzielnicy oraz wykorzystanie potencjału otwartej witryny pozwalającej na obserwację pracy rzemieślnika z ulicy. Inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta. Inwestor wyposażenia i aranżacji : podmioty wynikające z analizy biznesowej poszczególnych przedsięwzięć.	Wynajęte oraz wyremontowane i zaaranżowane zgodnie z strategią 3-5 wzorcowe pustostany i lokale obecnie wykorzystywane przez rzemieślników.	Realizacja analogicznych działań dla kolejnych lokali. Inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta. Inwestor wyposażenia i aranżacji : podmioty wynikające z analizy biznesowej poszczególnych przedsięwzięć.	Wynajęte oraz wyremontowane i zaaranżowane zgodnie z strategią 10-20 pustostanów i lokali obecnie wykorzystywane przez rzemieślników.			
6.	Pustostany w obszarze Stalowa, Śródkowa, Konopacka i w okolicy.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna.	Przeznaczenie 30% lokali na wynajem dla start-upów i mikroprzedsiębiorców, w ramach konkursu profilowanego. Przygotowanie lokali. Inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta. Współpraca lub współinwestycja z instytucją zajmującą się przedsiębiorczością, np. Fundacja AIP, Polska Przedsiębiorcza.	Gotowe do najmu lokale wraz z zasadami konkursów.	Najem lokali.	Ulica staje się przestrzenią wymiany, przestrzenią publiczną łączącą podmioty współpracujące. Część dzielnicy przejmuje funkcję co-workingu. Integracja małych podmiotów komercyjnych oraz innych użytkowników dzielnicy następuje bezpośrednio w przestrzeni dzielnicy.			
7.	Kawiarnie /restauracje oraz pustostany w bezpośrednim sąsiedztwie przestrzeni sportu i rekreacji oraz w ciągu lokali użytkowych o charakterze komercyjnym.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Tworzenia infrastruktury okołosportowej – przestrzeni, w których mieszkańcy mogliby się spotykać przed i po treningu. Tworzenie sieci lokali o różnorodnej ofercie gastronomicznej, służącej użytkownikom pracującym na terenie dzielnicy. Inwestorzy prywatni, komercyjni. W przypadku pustostanów, inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta	Zapoczątkowane poszerzanie więzi zawiązywanych w trakcie treningów między mieszkańcami. Zapoczątkowane nawiązywanie i rozszerzenie więzi wśród użytkowników ulicy jako przestrzeni co-workingowej.	Kontynuacja analogicznych działań.	Rozszerzanie więzi zawiązywanych w trakcie treningów między mieszkańcami. Nawiązywanie i rozszerzenie więzi wśród użytkowników ulicy jako przestrzeni co-workingowej.			

8.	Pustostany parter/ suterena w okolicy stacji metra, a następnie pozostałe pustostany	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Przeznaczenie lokali w okolicach metra i przystanków ZTM na działalność handlową. Doprowadzenie mediów i podstawowy remont lokalu do stanu surowego, bez aranżacji wnętrza. Przygotowanie zasad i narzędzi najmu wzorujących się na zasadach rezerwacji ofert turystycznych (m.in. last minute i first minute). Zasady w uproszczeniu: FIRST MINUTE: 40% lokali do wynajęcia na działalność w branżach potęgujących pozostałe działania: handel sprzętem sportowym, zdrowa żywność, przedsiębiorcy z branży kreatywnej o profilu produkcyjnym lub sprzedażowym, co-working, po niskiej stawce czynszu (same koszty utrzymania) na czas 12 miesięcy z gwarancją przedłużenia umowy do 3 lat ze standardową stawką lub możliwością rezygnacji z umowy po 12 miesiącach. STANDARD: Kolejne 40% lokali do wynajęcia po normalnej stawce na okres do 3 lat z możliwością przedłużenia do 10 lat. LAST MINUTE: 20% lokali do wynajęcia na ściśle określony przez Urząd Miasta typ działalności (określony np. dzięki platformie informacyjnej pozwalającej na głosowanie użytkowników) uzupełniający ofertę lokali wynajętych już w okolicy, zgodnie z potrzebami użytkowników/mieszkańców, po niskiej stawce czynszu (koszty utrzymania z niewielkim narzutem) na czas 12 miesięcy z gwarancją przedłużenia umowy do 3 lat ze standardową stawką lub możliwością rezygnacji z umowy po 12 miesiącach. Inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta.	Wyremontowane i wynajęta pierwsza partia pustostanów w okolicy stacji metra. Lokale z oferty FIRST MINUTE umożliwiają start i rozwój pożądaných typów działalności, jednocześnie wymagają od nich działania rynkowego, które umożliwi opłacanie czynszu po normalnej stawce po upływie 12 miesięcy. Lokale z oferty STANDARD pozwalają na zarabianie Miastu na nich poprzez wynajem weryfikowany wyłącznie ceną. Lokale z oferty LAST MINUTE pozwalają Miastu na kontrolę typologii ulic oraz uzupełnienie w branży pożądane w danej lokalizacji. Działanie pozwala na organiczne, żywe i relane weryfikacje najemców, a jednocześnie daje szansę na kształtowanie dzielnicy i kontrolę najmu.	Zastosowanie logiki i ofert LAST MINUTE, STANDARD I FIRST MINUTE dla kolejnych lokali w okolicy stacji metra, a następnie w okolicach oddalonych od stacji metra. Inwestor remontu podstawowego: Urząd Miasta.	Wyremontowane i wynajęte wszystkie pustostany w dzielnicy. Systemy LAST MINUTE, STANDARD I FIRST MINUTE stosowane w razie zwalniania się lokali w kolejnych latach.			
----	--	---	---	--	--	---	---	---	--

9.	Szeroka ulica z chodnikiem przylegającym do płotu lub ściany nie niosącej funkcji innej niż wygrozdzenie	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Zaprojektowanie systemu do handlu ulicznego (modułowy lub parametryczny, możliwość tworzenia stanowisk pojedynczych i multiplikowanych) pierwszej wzorcowej przestrzeni do handlu ulicznego oraz zaprojektowanie relacji tej przestrzeni raz typu handlu w odniesieniu do okolicznej oferty handlu stałego oraz do komunikacji (metro, przystanki ZTM, możliwość dojazdu rowerem, samochodem) Prototypowanie przestrzeni. Realizacja. Inwestor: Urząd Miasta. , możliwy również inwestor zewnętrzny, komercyjny.	Zrealizowana i uruchomiona wzorcowa przestrzeni, rekomendowana przestrzeń na ul. Wileńskiej (case study w opracowaniu). Ożywienie ulicy jako przestrzeni wymiany, przestrzeni publicznej.	Projektowanie, prototypowanie i uruchamianie kolejnych analogicznych przestrzeni.	Zrealizowane i uruchomione kolejne przestrzenie do handlu ulicznego. Dzięki niemu ulice przejmują częściowo funkcję placów i galerii handlowych. Stanowią żywą przestrzeń publiczną, tym samym wpływając na charakter dzielnicy. jako otwartej dzielnicy relacji i wymiany. Inwestor: Urząd Miasta. , możliwy również inwestor zewnętrzny, komercyjny.			
10.	Ulica bez ścieżki rowerowej	Dzielnica kulturalna fizycznie. Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Projekt sieci rowerowej (ścieżki, infrastruktura zachęcająca do korzystania z roweru zamiast samochodu). W projekcie zadbanie po połączenie sieci rowerowej dzielnicy z obszarami sąsiadującymi oraz z mostami Poniatowskiego, Świętokrzyskim i Śląsko-Dąbrowskim i tramwajem wodnym oraz metrem. Realizacja części ścieżek rowerowych wraz z infrastrukturą. Inwestor: Urząd Miasta.	Zrealizowana część ścieżek rowerowych i infrastruktury. Częściowa zachęta do korzystania z roweru, a tym samym możliwe nieznaczne zmniejszenie ruchu samochodowego. Budowanie wizerunku dzielnicy jako nowoczesnej i przyjaznej użytkownikowi.	Projekt i realizacja pełnej sieci rowerowej. Inwestor: Urząd Miasta.	Zmniejszenie ruchu samochodowego, zmniejszenie poziomu hałasu. Dzielnica odbierana jako nowoczesna i przyjazna użytkownikowi.			
11.	Mini teren zielony , trawnik	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Usunięcie płotków wygradzających trawniki. W przypadku funkcjonujących już okolicznych lokali i obiektów (np. stragan handlowy) - spotkania z najemcami i ustalenie warunków dbania o mini tereny zielone oraz ich nadzoru oraz o korzyściach z tego wynikających. W przypadku nowych najemców włączenie konieczności dbania o mini teren i nadzoru nad nim w warunki umowy najmu. Przeznaczenie budżetu lub ulg w czynszach dla tych najemców, którzy stają się "lokalnymi dozorcami". Realizacja badań (wywiady z "dozorcami") obrotów "lokalnych dozorców" po okresie kilku miesięcy dbania o mini teren Inwestor: Urząd Miasta	Bardziej zadbaną przestrzeń publiczną. Prawdopodobnie tańsze rozwiązanie niż ogólny nadzór nad mini terenami zielonymi. Korzyści dla "lokalnych dozorców" - możliwe zwiększenie obrotów dzięki przyjaznej i czystej okolicy lokalu ,która ma szansę zachęcić część potencjalnych klientów.	Wnioski z badań. Kontynuacja działań lub ich modyfikacja w odniesieniu do kolejnych mini terenów.	Zadbaną przestrzeń publiczną. Wzrost liczby najemców o postawie odpowiedzialnego mieszkańca oraz ze świadomością relacji stanu przestrzeni publicznej do indywidualnych interesów. Wizerunek Pragi Północ jako przyjemnej i czystej.			

12.	Plac zabaw	Dzielnica kulturalna fizycznie. Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Opracowanie projektu "Niejednoznaczny plac nieskończonych zabaw" zakładającego, że plac zabaw i jego wyposażenie nie może być ilustracyjne, powinno być abstrakcyjne, dające możliwość otwartej interpretacji przestrzeni do zabawy i gry, powinno wykorzystywać świadomie zjawiska fizyczne, zasady geometryczne, tak by dzieci poprzez doświadczenie mogły same je odkrywać. Projektowanie nowych placów zabaw i placów zastępujących zniszczone place zabaw, zgodnie z zasadami projektu. Inwestor: Urząd Miasta, możliwy komercyjny inwestor lub włączenie w program partnerski kilku podmiotów, podobnie jak przestrzenie sportowe	Dzieci bawiące się na takich placach zabaw kształtują u siebie kreatywność, poczucie sprawczości oraz aktywną postawę, a także uczą się poprzez doświadczenie. NGO pracujące z dziećmi mają możliwość dowolnego wykorzystania możliwości placów. zgodnych z projektem	Place zabaw niezgodne z projektem, stopniowo w miarę zniszczenia usuwane i wymieniane na nowe, zgodne z projektem. Inwestor: Urząd Miasta, możliwy komercyjny inwestor lub włączenie w program partnerski kilku podmiotów, podobnie jak przestrzenie sportowe	Dzieci bawiące się na placach zgodnych z projektem mają większe szanse na przyjęcie aktywnej postawy, rozwój kreatywność, dzięki czemu wchodząc w samodzielny etap życia podejmują wybory w sposób świadomy, mając więcej sił psychicznych do przełamywania negatywnych wzorców, modeli rodziny.			
13.	Działki o nieuregulowanym stanie prawnym oraz nienagospodarowane działki miejskie	Dzielnica kulturalna fizycznie. Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Wykorzystanie przestrzeni do eksperymentalnego prototypowania i testowania nowego typu przestrzeni publicznych ("urban prototyping") Czasowe zagospodarowanie terenów jako przestrzeni publicznej służącej różnorodnym grupom użytkowników. Zagospodarowanie z wykorzystaniem tanich materiałów pozwalających na nadawanie określonych funkcji w postaci prototypowej. Prototypowanie przestrzeni oraz jej kalendarza (zmienności funkcji przestrzeni cyklicznie w czasie np. doby, tygodnia, miesiąca, roku) Łączenie prototypowania przestrzeni z działalnością lokalnych NGO, włączanie ich w proces. Badanie funkcjonowania przestrzeni prototypowanej poprzez wywiady z użytkownikami oraz w miarę możliwości - rejestrację obrazem. Inwestor: Urząd Miasta, możliwy komercyjny inwestor	Wnioski z przetestowanych nowych typów przestrzeni publicznej, do wykorzystania w projektowaniu docelowych przestrzeni publicznych na Pradze Północ lub w innych dzielnicach, w tym eksperymentalne przestrzenie publiczne. Integracja mieszkańców, wzrost walorów użytkowych przestrzeni publicznej w dzielnicy, a tym samym pozytywny wpływ na wizerunek dzielnicy.	W miarę regulowania stanu prawnego terenów wyłączanie ich ze strategii prototypowania, natomiast umożliwienie i zachęta właścicieli terenów do wykorzystania wniosków z prototypowania, dzięki czemu przeznaczenie terenu ma szansę być zgodne z potrzebami lokalnych społeczności. Inwestycje docelowe, w miarę możliwości z uwzględnieniem rezultatów prototypowania. Kontynuowanie prototypowania na kolejnych terenach.	Zmniejszone napięcia dotyczące użytkowania terenów dzięki komunikacji miasto-inwestor prywatny-NGO-użytkownik napływowy-mieszkańcy dzielnicy. Realizacja przestrzeni publicznej innowacyjnych w skali kraju lub świata - pozytywny wpływ na wizerunek dzielnicy.			

14.	Teren nienagospodarowany przylegający do restauracji lub kawiarni	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Działania opisane w pozostałych pozycjach tabeli, podejmowane są z uwzględnieniem istnienia kawiarni/restauracji oraz jej potencjału w tworzeniu, nadzorowaniu przestrzeni publicznej oraz uzupełnianiu jej oferty ofertą komercyjną gastronomiczną. Inwestor: Urząd Miasta i właściciel kawiarni/restauracji	Przeplatająca się oferta niekomercyjna oraz komercyjna, zacierające się granice między prywatne a wspólne. Większe zadbanie przestrzeni publicznych oraz oddolny zdecentralizowany nadzór nad ich użytkowaniem.	Kontynuacja analogicznych działań.	Pogłębienie pozytywnych rezultatów.			
15.	Ogrodzenie terenu sportowego	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Usunięcie standardowych w skali kraju ogrodzeń oraz zastąpienie ich ogrodzeniami przyjaznymi, spełniającymi funkcje bezpieczeństwa, a jednocześnie zapraszającymi. m.in. zastępowanie płotów ogrodzeniami w formie odpowiednio ukształtowanego terenu, żywych ogrodzeń zielonych, ogrodzeń o zmiennej wysokości oraz dodatkowych funkcjach integrujących i zapraszających, ogrodzeń z możliwością ich czasowego szerokiego otwierania. Włączenie budowania ogrodzenia w strategię prototypowania przestrzeni publicznej oraz zaangażowanie mieszkańców w projektowanie i budowanie tego typu ogrodzeń. Inwestor: Urząd Miasta , możliwy komercyjny inwestor	Zrealizowane ogrodzenia zapraszające, sprzyjające integracji. Wzrost poziomu integracji mieszkańców, użytkowników z różnych grup społecznych. Załączki aktywnej postawy (poprzez czynny udział w procesie decyzyjnym i procesie budowania) wśród części mieszkańców. Zmniejszenie kosztów eksploatacji poprzez wzrost poczucia odpowiedzialności za przestrzeń wśród użytkowników.	Kontynuacja analogicznych działań w zakresie prototypowania otwartych zapraszających ogrodzeń. Realizacja docelowych ogrodzeń zatwierdzonych w wyniku prototypowania. Inwestor: Urząd Miasta , możliwy komercyjny inwestor	Zadbane, wysokiej jakości przestrzenie publiczne do użytku przez zróżnicowane grupy społeczne. Aktywna postawa wśród części mieszkańców. Aktywni mieszkańcy stają się pozytywnymi wzorcami dla kolejnych pokoleń. Niskie koszty eksploatacji poprzez wzrost poczucia odpowiedzialności za przestrzeń wśród użytkowników.			

16.	Sieć dróg komunikacji kołowej	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. pośrednio: Marka Praga Północ	Wszystkie działania modyfikujące przestrzeń komunikacji kołowej należy wykonywać zgodnie z długofalową strategią komunikacyjną dla dzielnicy (opisaną w planowanych działaniach do 2025). Planowane zadania: Przeprojektowane ulice Wileńska i Stalowa: Usunięcie ruchu tranzytowego z przestrzeni ulicy. Spowolnienie i zmniejszenie natężenia ruchu kołowego poprzez zmniejszenie przepustowości ulicy oraz zamianę ulicy w woonerf. Ulica ze spowolnionym ruchem dwukierunkowym. Brak potrzeby wydzielania pasa rowerowego. Przeprojektowana ulica Białostocka : Spowolnienie i zmniejszenie natężenia ruchu kołowego poprzez zmniejszenie przepustowości ulicy. Ulica ze spowolnionym ruchem dwukierunkowym. W przestrzeni ulicy wydzielone pasy do ruchu rowerowego.	Zapoczątkowanie przywrócenia charakteru ulicy jako pierwotnej przestrzeni publicznej.	Długofalowa strategia modernizacji sieci komunikacji kołowej Pragi Północ. Realizacji odcinka wschodniego obwodnicy Śródmieścia i domknięcie całej obwodnicy. Realizacji Trasy Świętokrzyskiej. Usprawnienie komunikacji Północ-Południe poprzez przedłużenie Realizację Traktu Nadwiślańskiego. Działania te pozwolą odciążyć układ komunikacyjny Pragi Północ i zlikwidować ruch tranzytowy przez dzielnicę. Ograniczenie ruchu tranzytowego wsparte ograniczeniem przepustowości ulic dzielnicy. Ograniczenie ruchu na ulicy 11 Listopada i Radzymińskiej. Układ komunikacyjny wewnątrz dzielnicy w kierunku PN-PD zapewniony przez ul. Jagiellońską oraz połączenie ul. Namysłowskiej z Konopacką oraz przedłużenie ul. Stalowej aż do planowanej Trasy Świętokrzyskiej (realizacja fragmentu planowanej trasy Tysiąclecia). Układ komunikacyjny wewnątrz dzielnicy w kierunku WSCH-ZACH zapewniony przez ciąg ulic Ratuszowa-Kowieńska oraz Okrzei-Ząbkowska-Kawęczyńska (połączona z Trasą Świętokrzyską). Spowolnienie i zmniejszenie natężenia ruchu kołowego wewnątrz dzielnicy poprzez zmniejszenie przepustowości wybranych ulic oraz zamianę ich w woonerf, przywracający ich pierwotną funkcję jako przestrzeni publicznych. Linki: http://siskom.waw.pl/trasa-swietokrzyska.htm#IV http://siskom.waw.pl/obwodnica-sr-wschod.htm	Przywrócenie charakteru ulicy jako pierwotnej przestrzeni publicznej na przestrzeni całej dzielnicy. Zmniejszenie hałasu, zanieczyszczenia. Zwiększenie bezpieczeństwa. Usprawniona komunikacja międzydzielnicowa.			
-----	-------------------------------	--	---	--	---	---	---	---	---

17.	Część mieszkańców dzielnicy jest dłużnikami w związku z nieopłatami lokali mieszkaniowych. Do maja 2014 zawarto 88 umów w ramach odpracowania długów.	Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna. Dzielnica kulturalna fizycznie. pośrednio: Marka Praga Północ	Angażowanie mieszkańców – dłużników w procesy prototypowania przestrzeni publicznych. Możliwe doszkolenie ich do wykonywania prostych zadań odmiennych od sprzątnia.	Załączki aktywnej postawy (poprzez czynny udział w procesie decyzyjnym i procesie budowania) wśród części mieszkańców. Zmniejszenie kosztów eksploatacji poprzez wzrost poczucia odpowiedzialności za przestrzeń wśród użytkowników. Częściowe odpracowywanie długów.	Angażowanie mieszkańców – dłużników w procesy prototypowania przestrzeni publicznych. Możliwe doszkolenie ich do wykonywania prostych zadań odmiennych od sprzątnia.	Aktywna postawa wśród części mieszkańców. Aktywni mieszkańcy stają się pozytywnymi wzorami dla kolejnych pokoleń. Niskie koszty eksploatacji poprzez wzrost poczucia odpowiedzialności za przestrzeń wśród użytkowników. Częściowe odpracowywanie długów.			
18.	Brak komunikatów lub/ i nieswójność komunikatów na elewacjach	Marka Praga Północ Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna.	Opracowanie wytycznych dla marki Praga Północ spójnych z podjętymi działaniami. Zaprojektowanie systemu informacji i identyfikacji wizualnej dla dzielnicy - rozbudowany system uwzględniający przestrzeń wirtualną i fizyczną. Udostępnienie online zasad identyfikacji i informacji wizualnej, analogiczne rozwiązanie: http://sweden.identitytool.com/ Włączenie NGO (np. www.douslug.org) i przedsiębiorców kreatywnych z dziedziny projektowania graficznego w działania na rzecz jakości przestrzeni miejskiej, możliwa wymiana barterowa np. wdrażanie systemu SI i SIW w zakresie projektowania witryn sklepowych i współpracy z najemcami, w zamian za lokale do pracy dla przedsiębiorców kreatywnych Inwestor: Urząd Miasta	Umożliwienie spójności komunikatów wewnątrz dzielnicy oraz poza dzielnicą na jej temat. Umożliwienie uporządkowania wizualnego ulicy oraz wzrostu jej wartości estetycznej. Wdrożenie części projektów zgodnych z SI i SIW dzielnicy.	Wdrażanie projektów zgodnie z założeniami SI i SIW, we współpracy Miasta z NGO i przedsiębiorcami z branży projektowania graficznego.	Uporządkowana wizualnie, atrakcyjna przestrzeń publiczna oraz spójność komunikatów poza dzielnicą na jej temat.			

18.	Małe podwórka z zakazem gry w piłkę (hałas, możliwość wybicia okien).	Dzielnica kulturalna fizycznie.	Stworzenie w podwórzach „mikroboisk” sąsiedzkich dedykowanych prostym i cichym sportom powszechnym, np. gra w bule, w szachy, joga, TRX itp). Zaprojektowanie szczegółów strategii i wybór przestrzeni na zasadzie testów prototypowych. Szczególne uwzględnienie grup częściej wykluczanych z aktywnego trybu życia: seniorzy, kobiety, dziewczynki. Nawiązanie współpracy z NGO, które byłyby zainteresowane realizacją strategii. Nawiązanie współpracy z inwestorem zainteresowanym inwestycją w sport i rekreację oraz promowaniem się poprzez te działania. Inwestor: inwestor komercyjny	Wzrost integracji między użytkownikami z różnych grup społecznych. Załączki aktywnej postawy wśród przedstawicieli grup częściej wykluczanych z aktywnego trybu życia: seniorzy, kobiety, dziewczynki.	Kontynuacja analogicznych działań, możliwe rozbudowanie strategii na podstawie wniosków z pierwszych lat działania „mikroboisk”. Inwestor: inwestor komercyjny	Możliwie pełna integracja między użytkownikami z różnych grup społecznych. Aktywna postawa wśród przedstawicieli grup częściej wykluczanych z aktywnego trybu życia: seniorzy, kobiety, dziewczynki.			
19.	Rozproszone informacje na temat oferty dzielnicy.	Marka Praga Północ Ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna.	Udostępnienie bezpłatnego Internetu w przestrzeniach publicznych dzielnicy. Stworzenie zintegrowanego systemu narzędzi online pozwalającego na: a) zapoznanie się użytkowników o różnych potrzebach z ofertą dzielnicy b) udzielanie odpowiedzi na pytania a stawiane przez Miasto lub inwestorów dotyczące preferencji użytkownika przestrzeni. W tym: stworzenie internetowych narzędzi na urządzenia mobilne dla turystów. Promocja z użyciem serwisów społecznościowych, wirtualne “tagowanie się” połączone z akcjami promocyjnymi i dodatkowymi promocjami w przestrzeni fizycznej. Promocja gospodarcza dzielnicy poprzez podkreślenie i kontynuowanie tradycji handlowo-usługowej dzielnicy. Promocja kulturowa dzielnicy poprzez promocję szlaków kulturalnych, kulinarnych, life stylowych dzielnicy, historii dzielnicy, budynków, przestrzeni i mieszkańców, “praskiego stylu życia” i kultywacja lokalnej tradycji handlowo-usługowej.	Załączek rezultatów przewidywanych na 2025.	Świadomy marketing dzielnicy, transparentna wymiana informacji pomiędzy wszystkimi użytkownikami dzielnicy. Stworzenie spójnej aplikacji/platformy łączącej świat realny z wirtualnym, działania lokalne z ich oddziaływaniem globalnym. Aplikacja/platforma umożliwiająca wszystkim użytkownikom umieszczanie i pobieranie informacji (uregulowane i dostosowane do kompetencji i roli poszczególnych użytkowników). Miasto pełniące rolę administratora aplikacji w celu bieżącego monitorowania sposobu funkcjonowania dzielnicy i weryfikowania skuteczności wprowadzonych przez nich działań.	Zwiększony przepływ informacji między wszystkimi użytkownikami, w skali dzielnicy, miasta, świata. Zwiększenie ruchu turystycznego. Zwiększenie zainteresowania ofertą handlowo-usługową oraz najmem lokali na terenie dzielnicy. Poprawa współpracy i integracji między mieszkańcami dzielnicy a innymi użytkownikami.			

Tab. 3 Działania w ramach poszczególnych strategii.

pragopunktura

sieć relacji

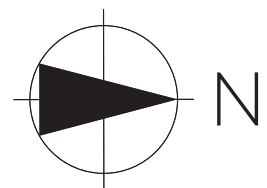
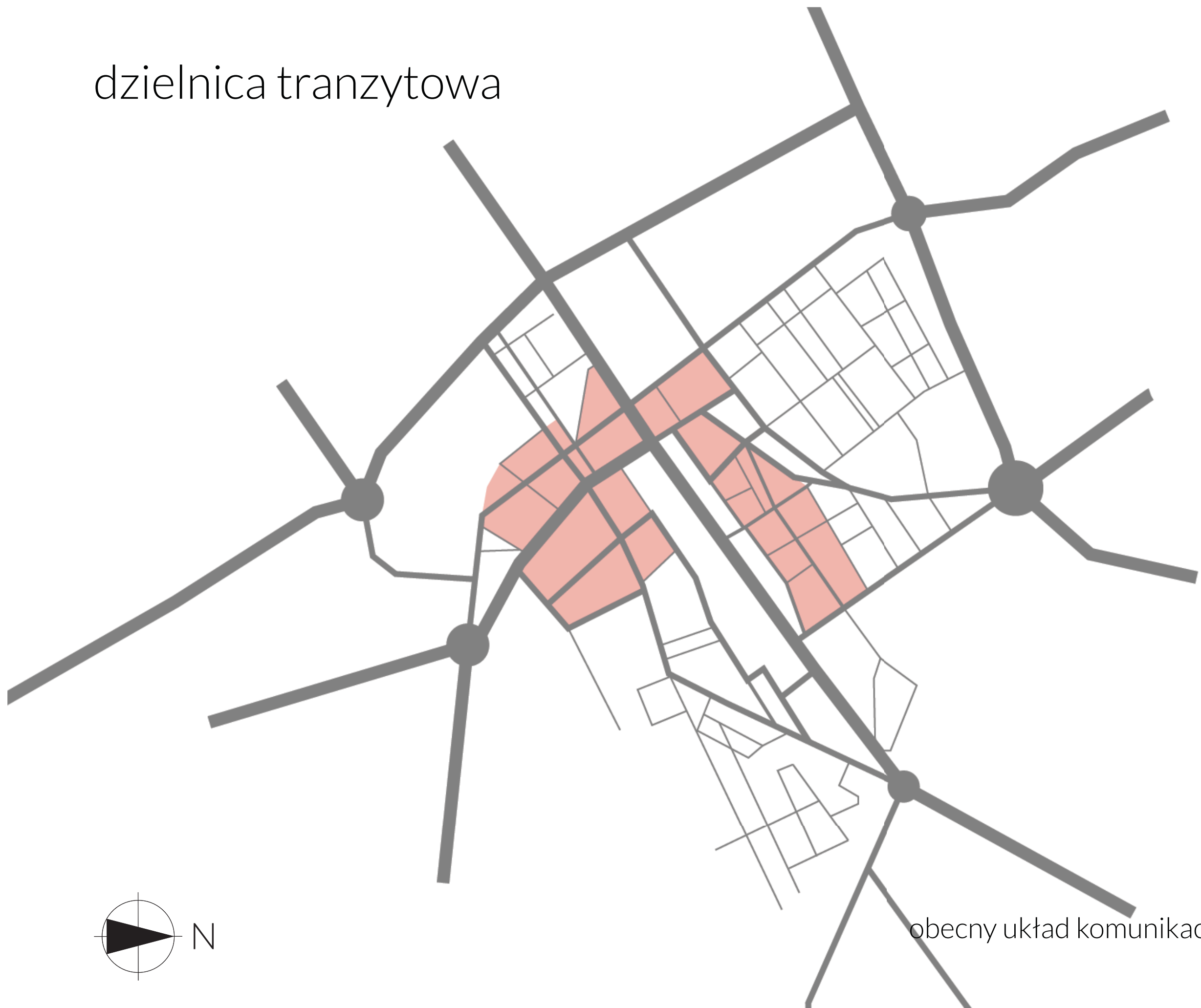
Dorota Kabała | wedesignforphysicalculture.com
Krystian Kwieciński | krystiankwiecinski.com
Maciej Siuda | maciejsiuda.com
Jadwiga Zimpel | kulturoznawstwo.amu.edu.pl

rewitalizacja poprzez budowanie relacji



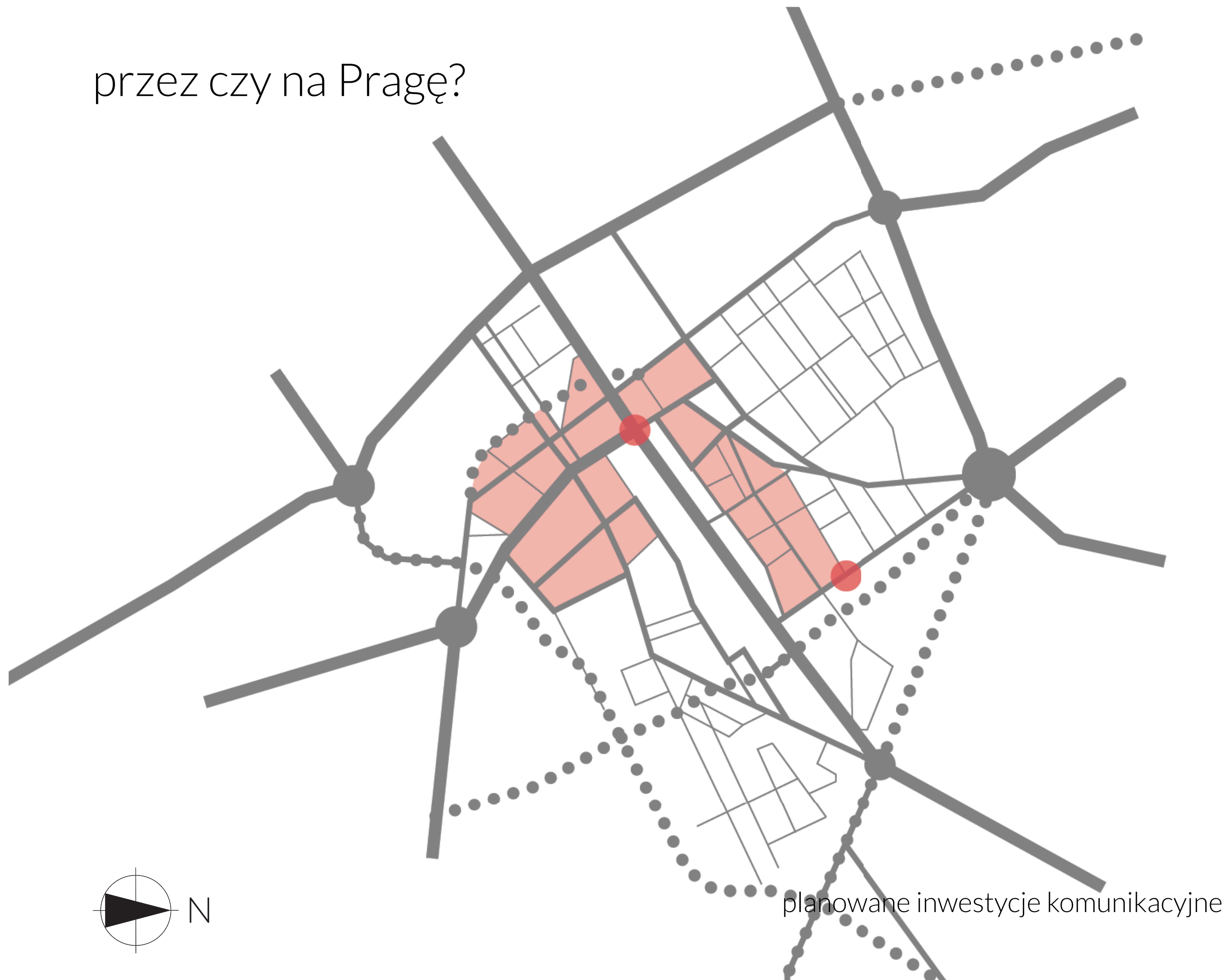
łączenie węzłów buduje sieć

dzielnica tranzytowa

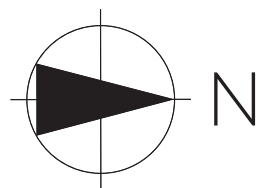
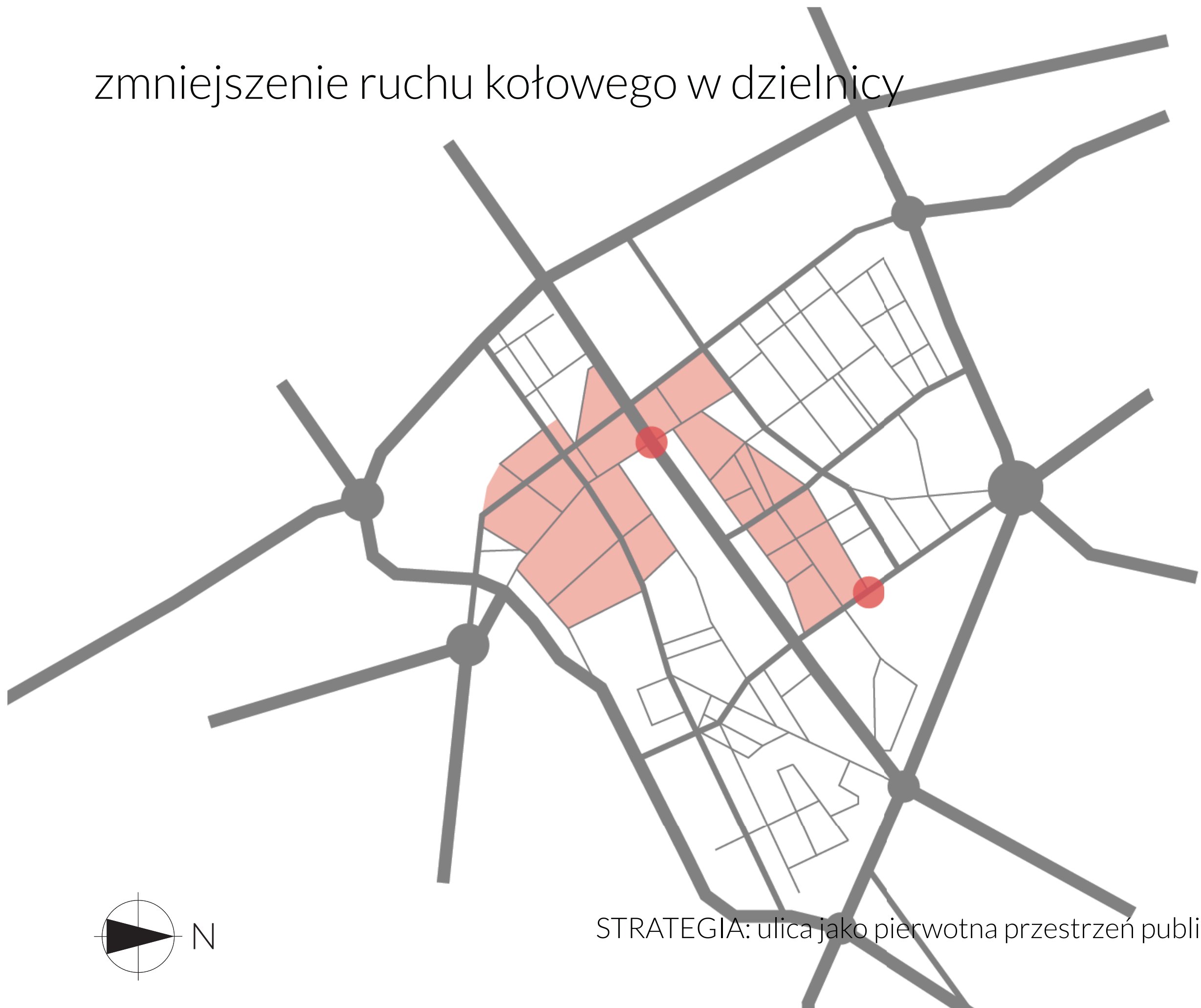


obecny układ komunikacyjny

przez czy na Pragę?

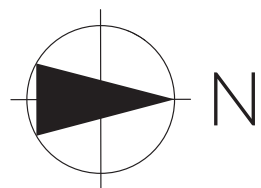
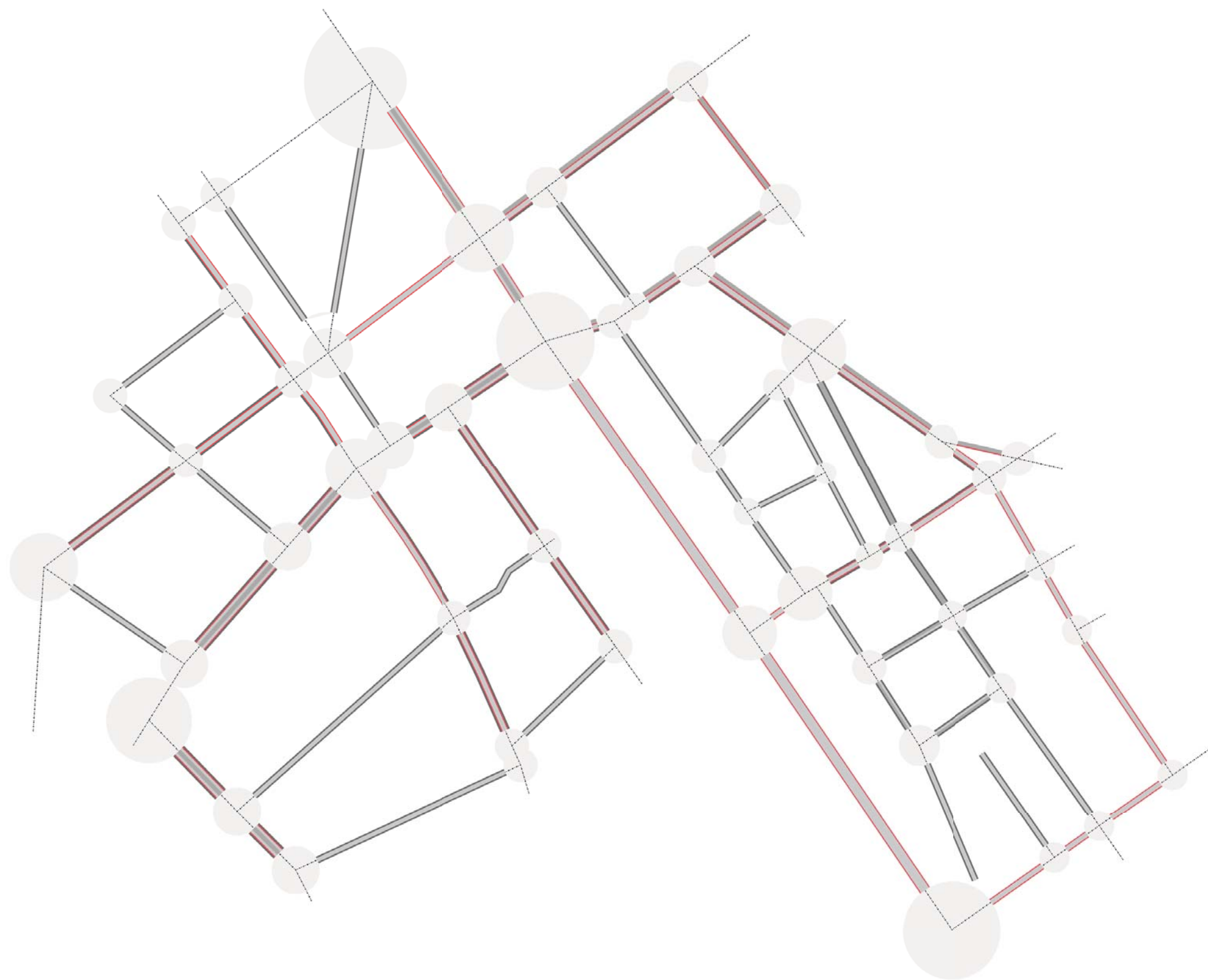


zmniejszenie ruchu kołowego w dzielnicy



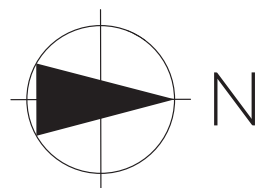
STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

zmniejszenie ruchu kołowego w dzielnicy



STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

handel uliczny zszywający przestrzeń ulic



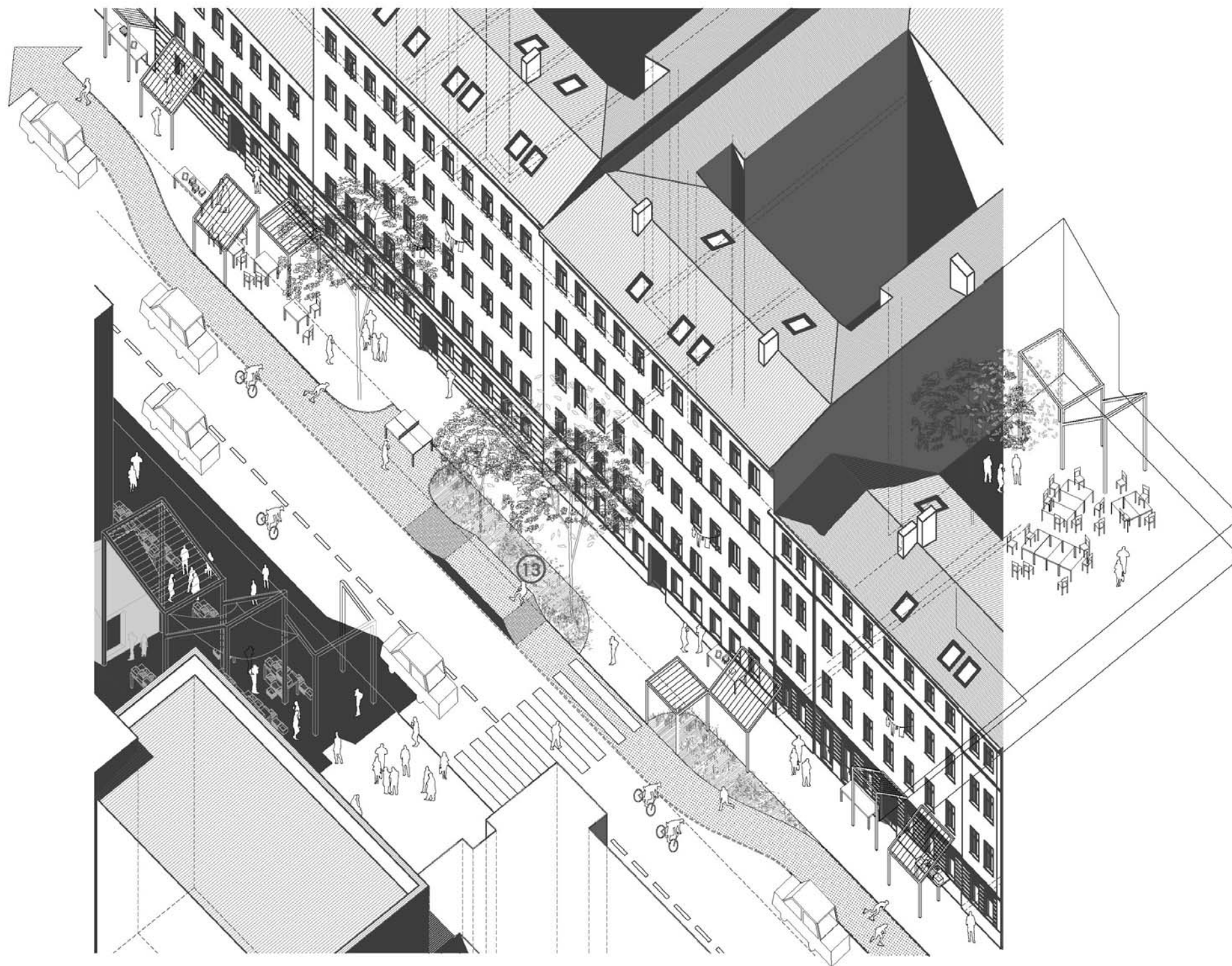
STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

Z



STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

wytypowanie miejsc handlu ulicznego



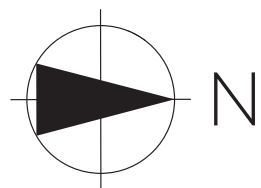
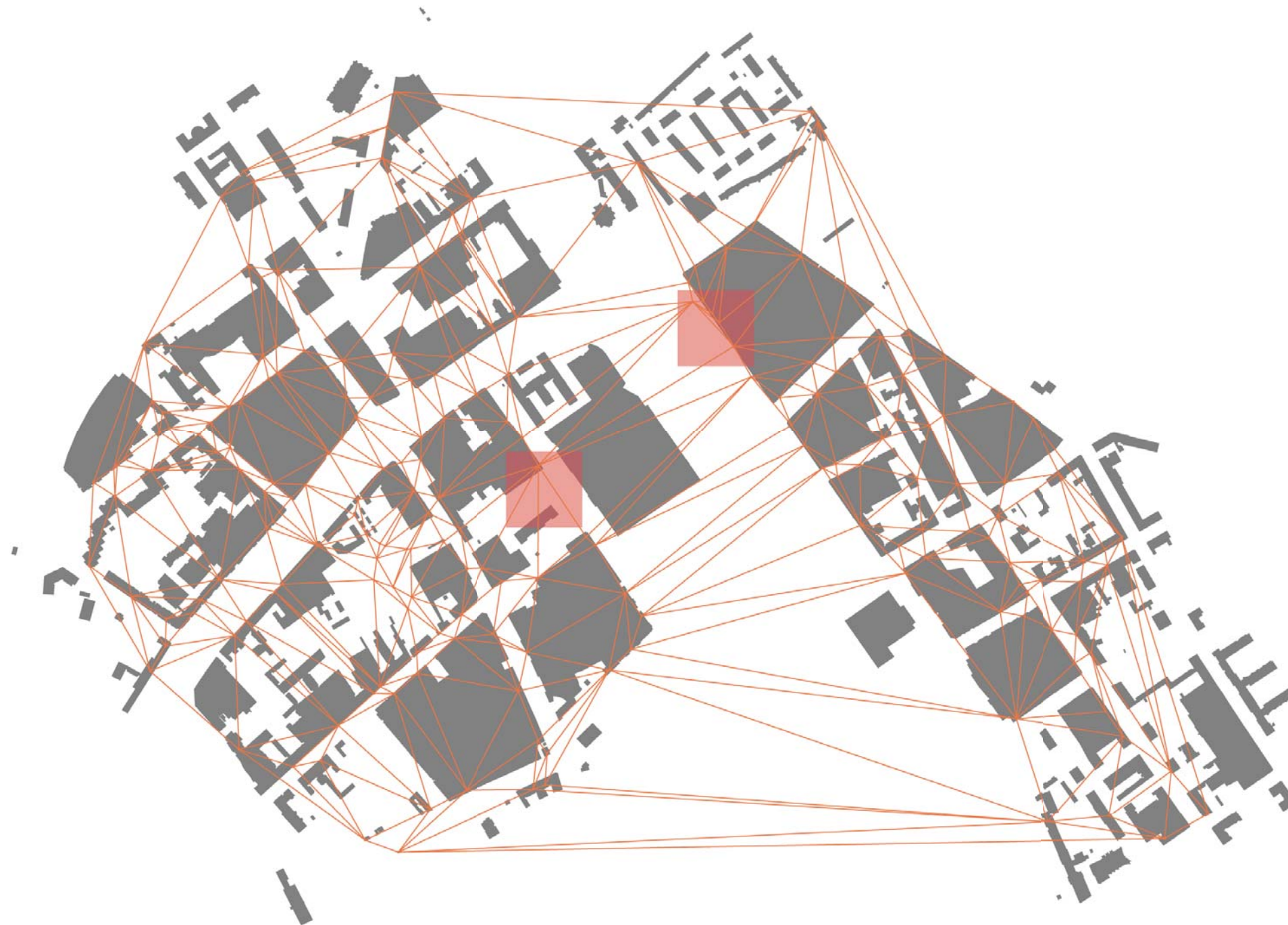
STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

adaptacja oferty rzemieślników do obecnych potrzeb rynku



STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

dzielnicowa sieć lokalnych rzemieślników



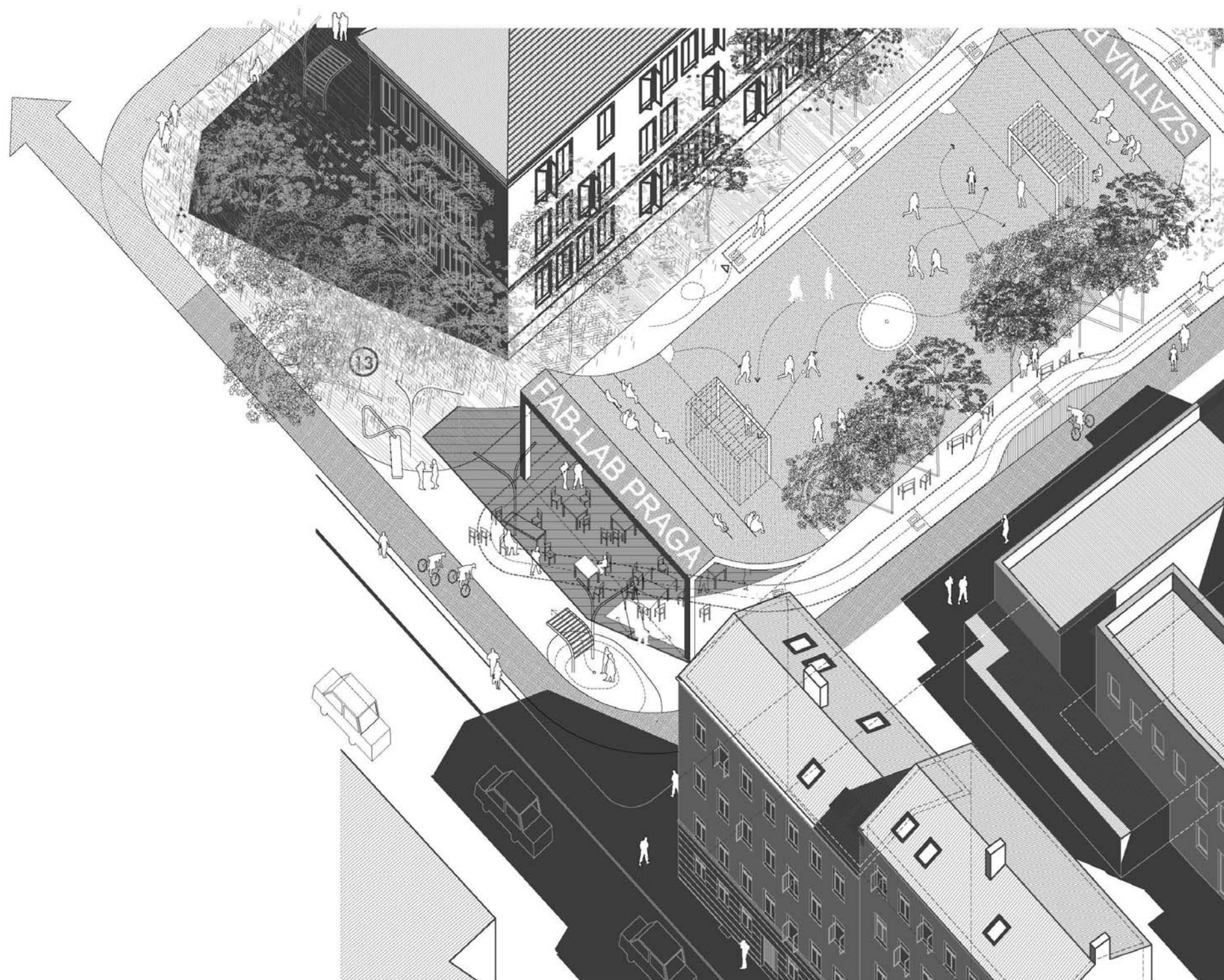
STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

FabLab zwiększa zainteresowanie tradycyjnym rzemiosłem



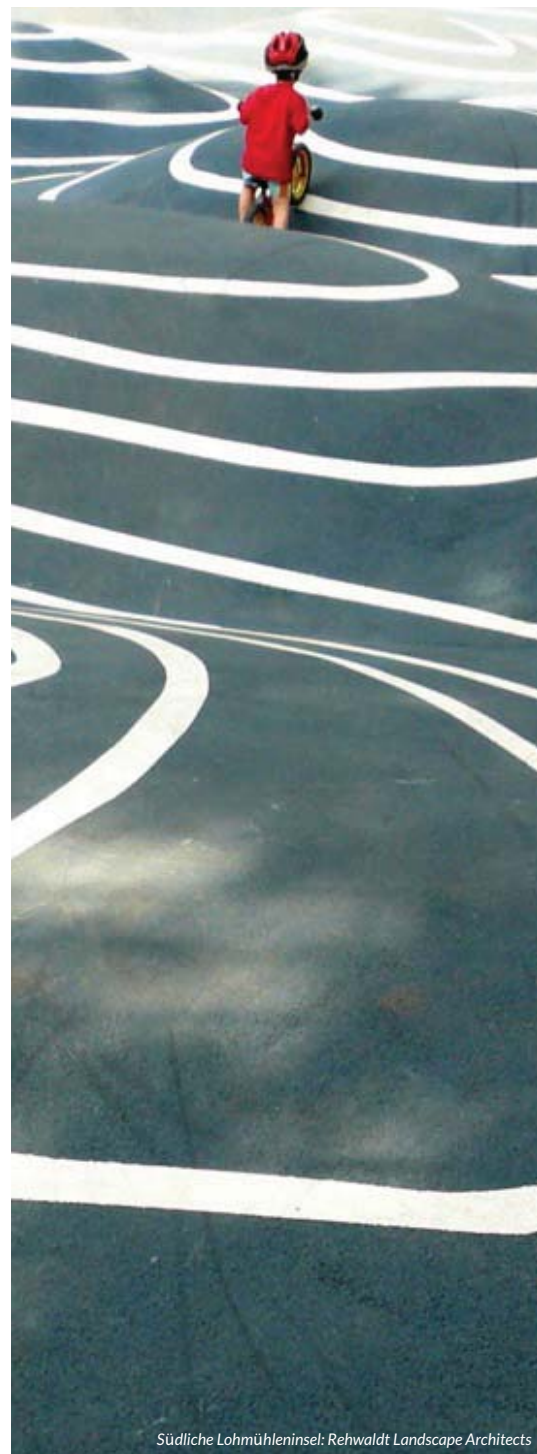
STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

wielopłaszczyznowa przestrzeń edukacyjna



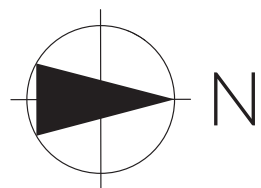
STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

otwarte przestrzenie sportowo-rekreacyjne



STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

przestrzeń sportowo-rekreacyjną katalizującą przemiany



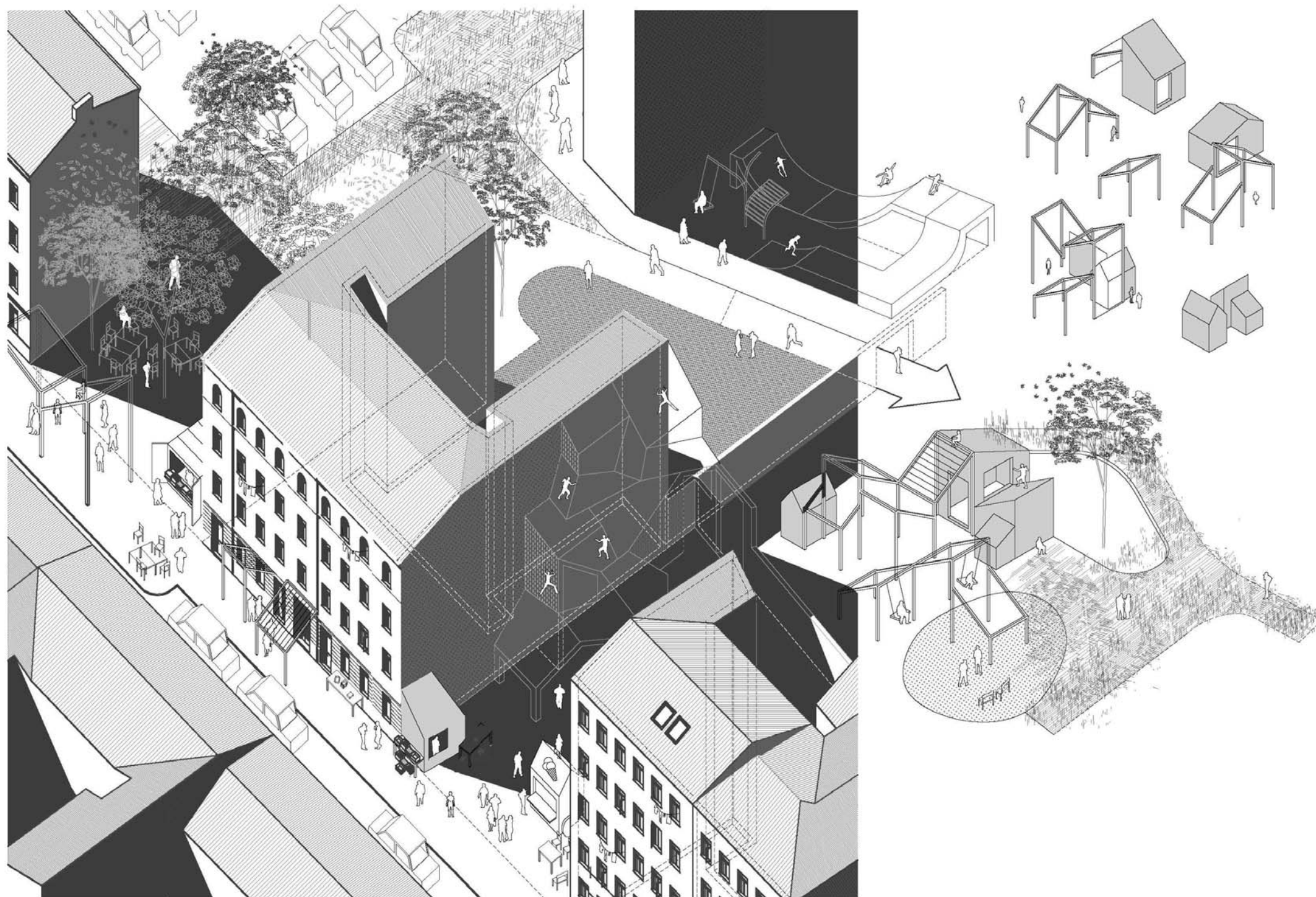
STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

partnerstwo publiczno prywatne - przestrzeń sportu



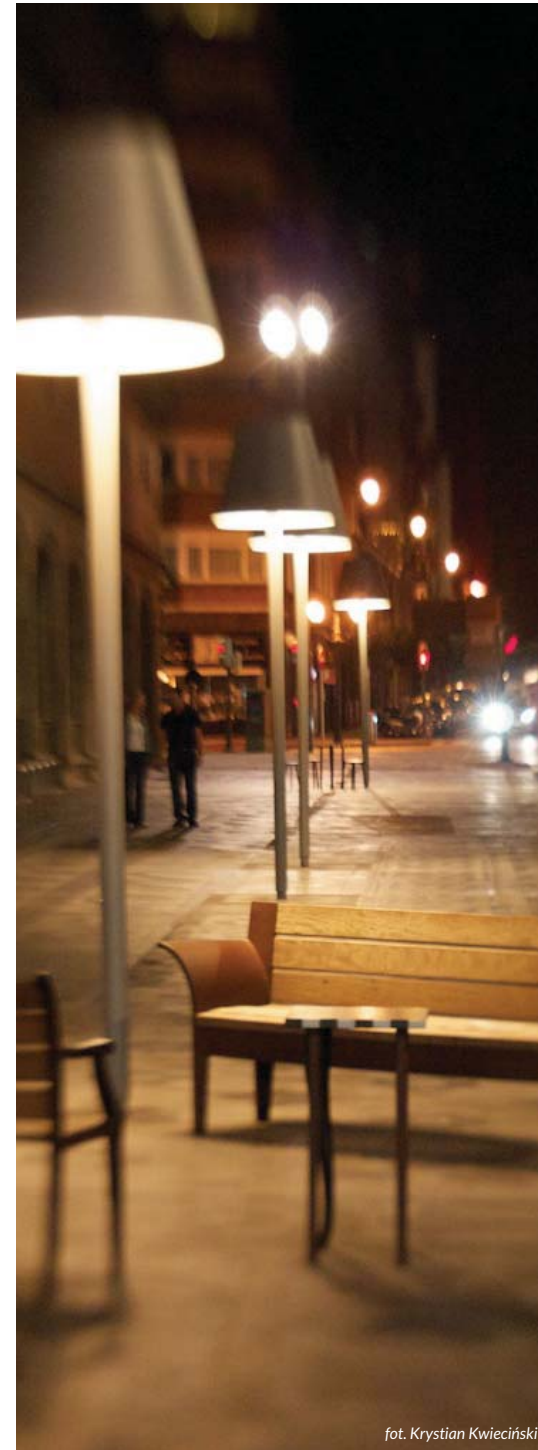
STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

przestrzenie sportowe wypełniające luki w zabudowie



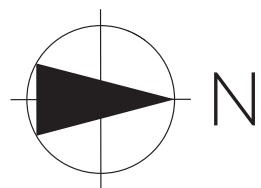
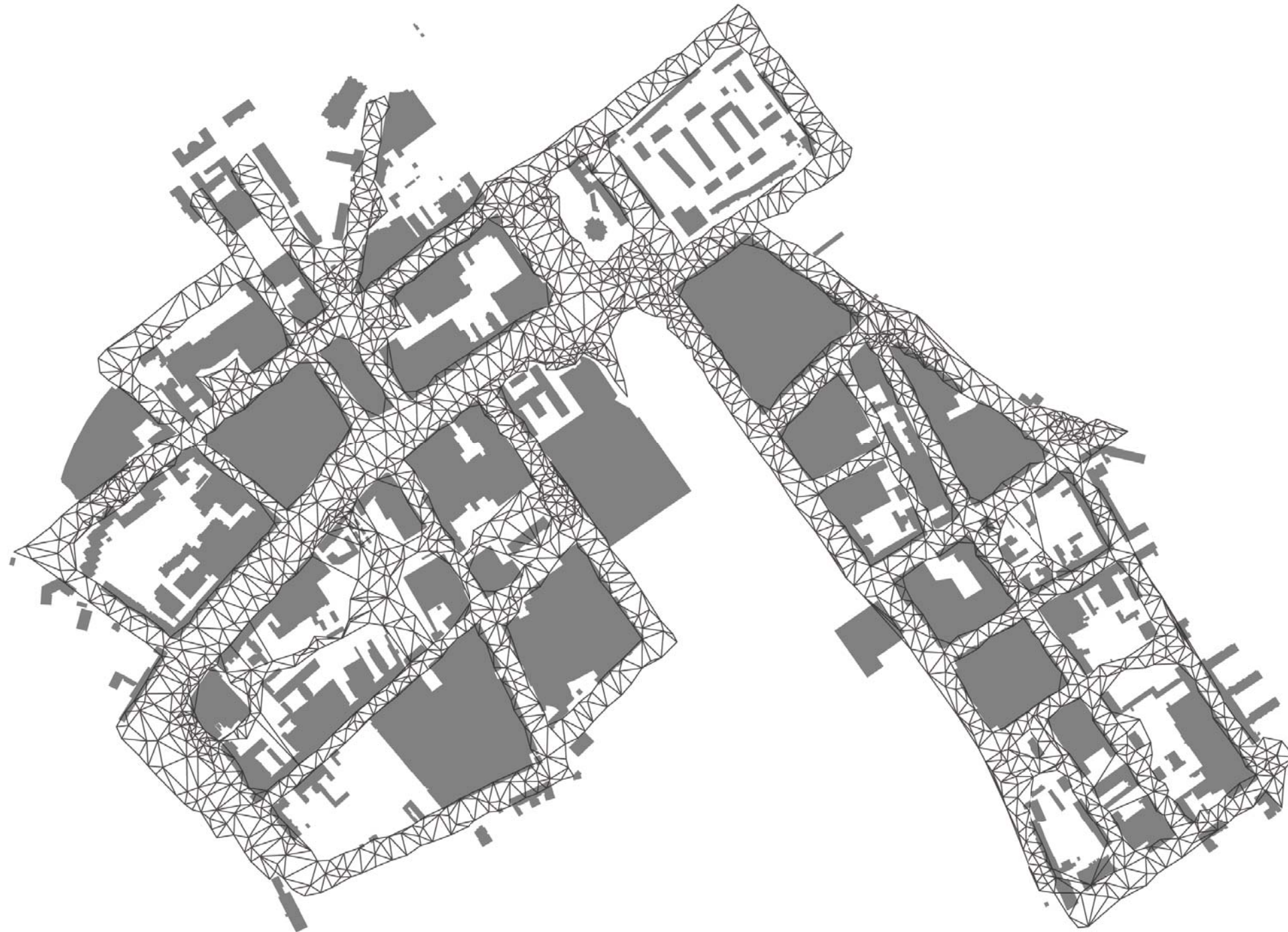
STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

ulica centrum aktywności społecznej



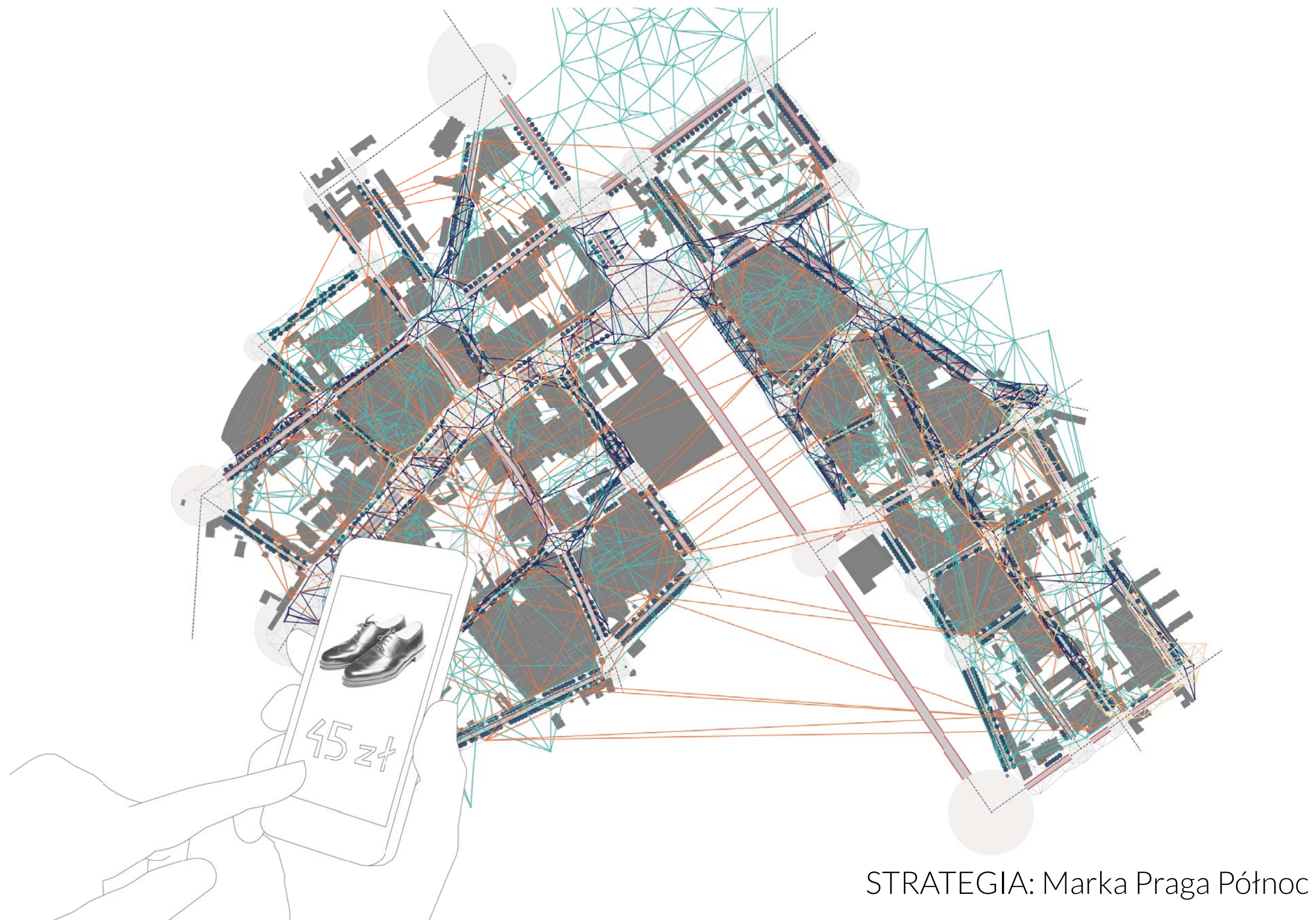
STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

sieć aktywności w przestrzeni ulicy



STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

sieć aktywności w przestrzeni wirtualnej



dziękujemy

pragopunktura

Dorota Kabała | wedesignforphysicalculture.com | dk@wedesignforphysicalculture.com

Krystian Kwieciński | krystiankwiecinski.com | krystiankwiecinski@me.com

Maciej Siuda | maciejsiuda.com | maciejsiuda@gmail.com

Jadwiga Zimpel | www.kulturoznawstwo.amu.edu.pl | jzimpel@amu.edu.pl

pragopunktura

sieć relacji

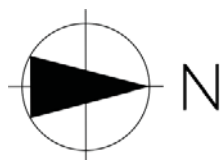
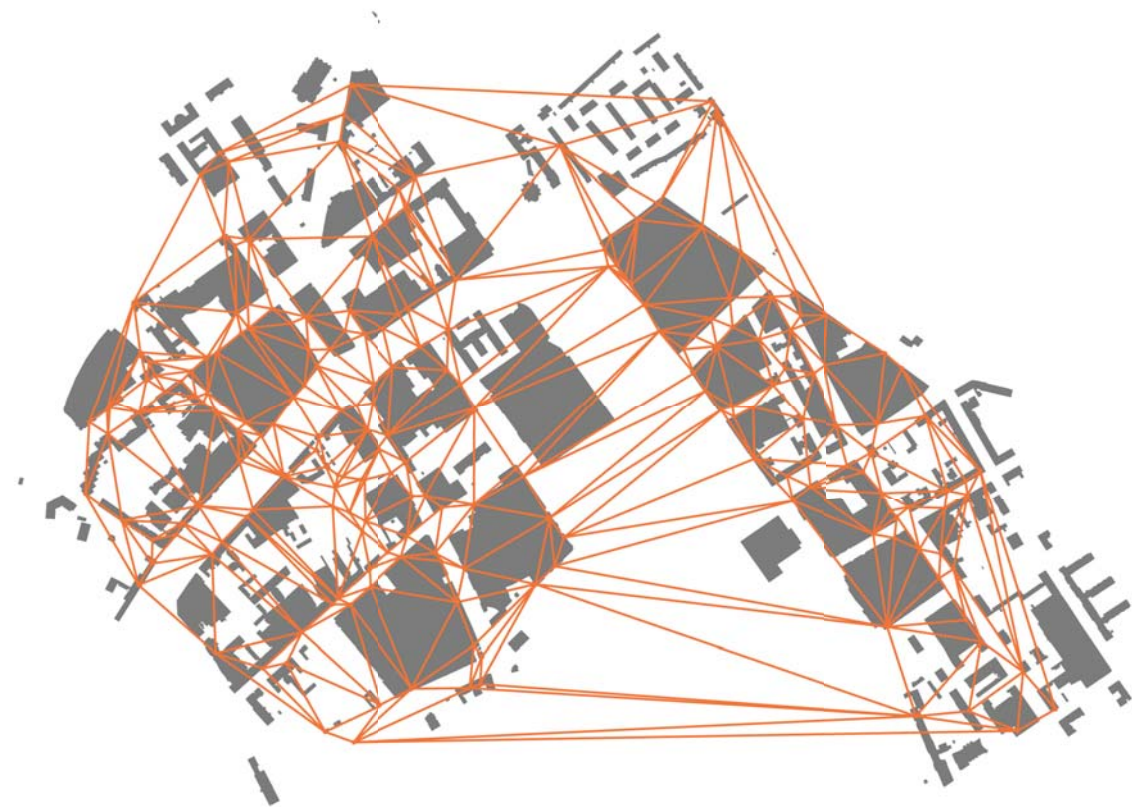
polityka lokalowa

likwidacja bariery najmu związanej z remontem lokalu



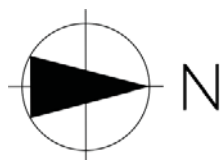
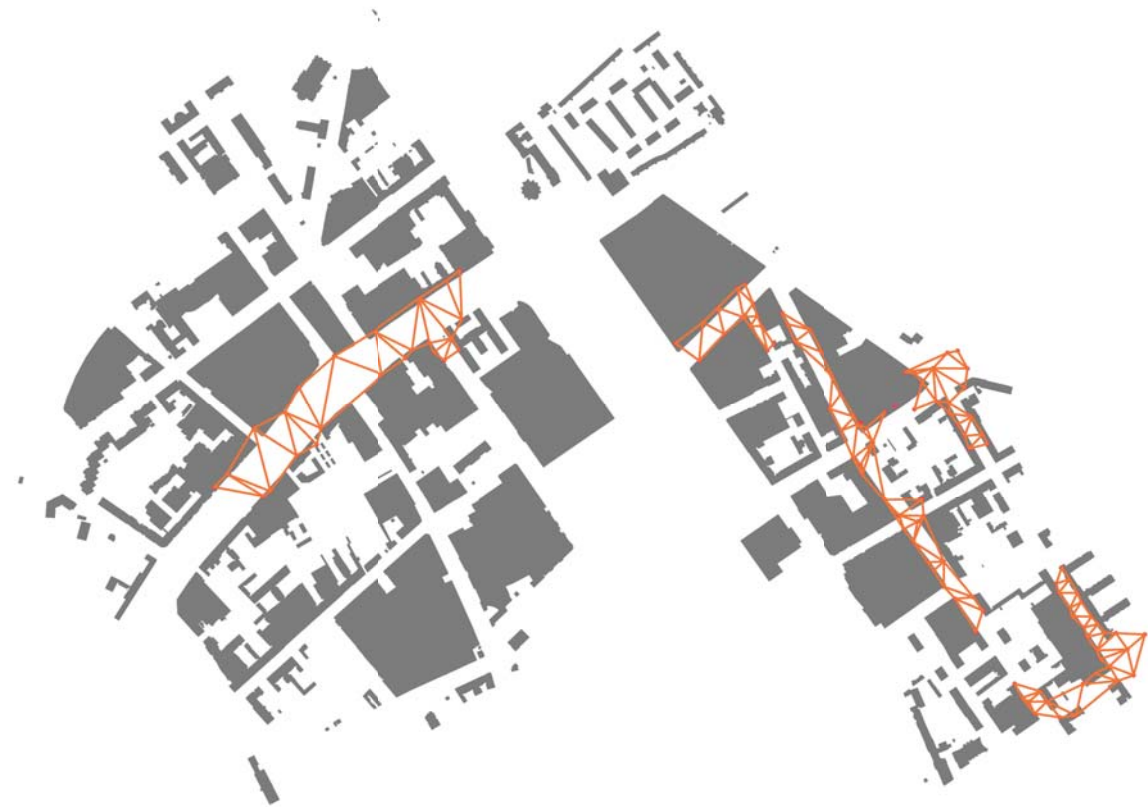
polityka lokalowa | remonty lokali i ich okolicy podnoszą ich konkurencyjność

warsztaty nowych form starych zawodów



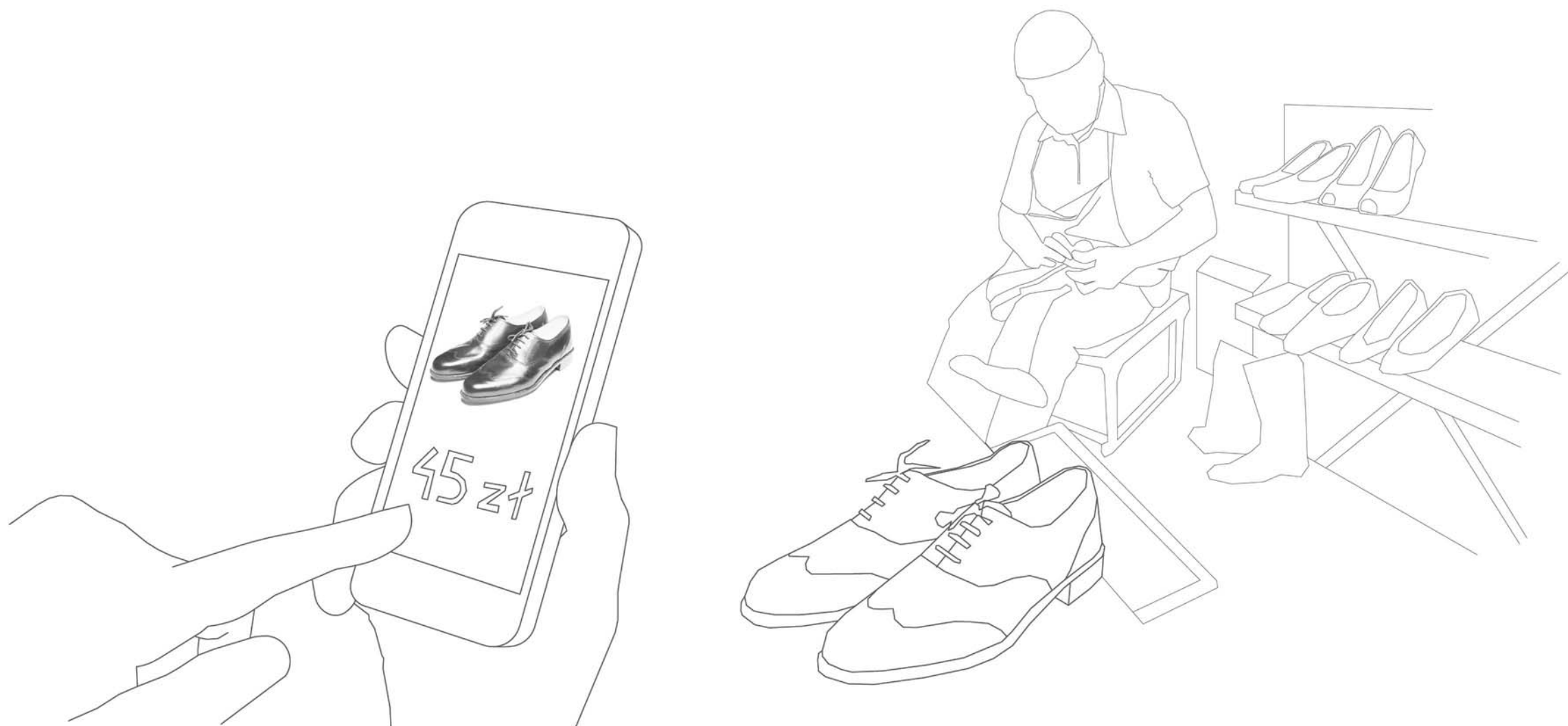
polityka lokalowa | STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

tworzenie miejskiej sieci co-workingowej



polityka lokalowa | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

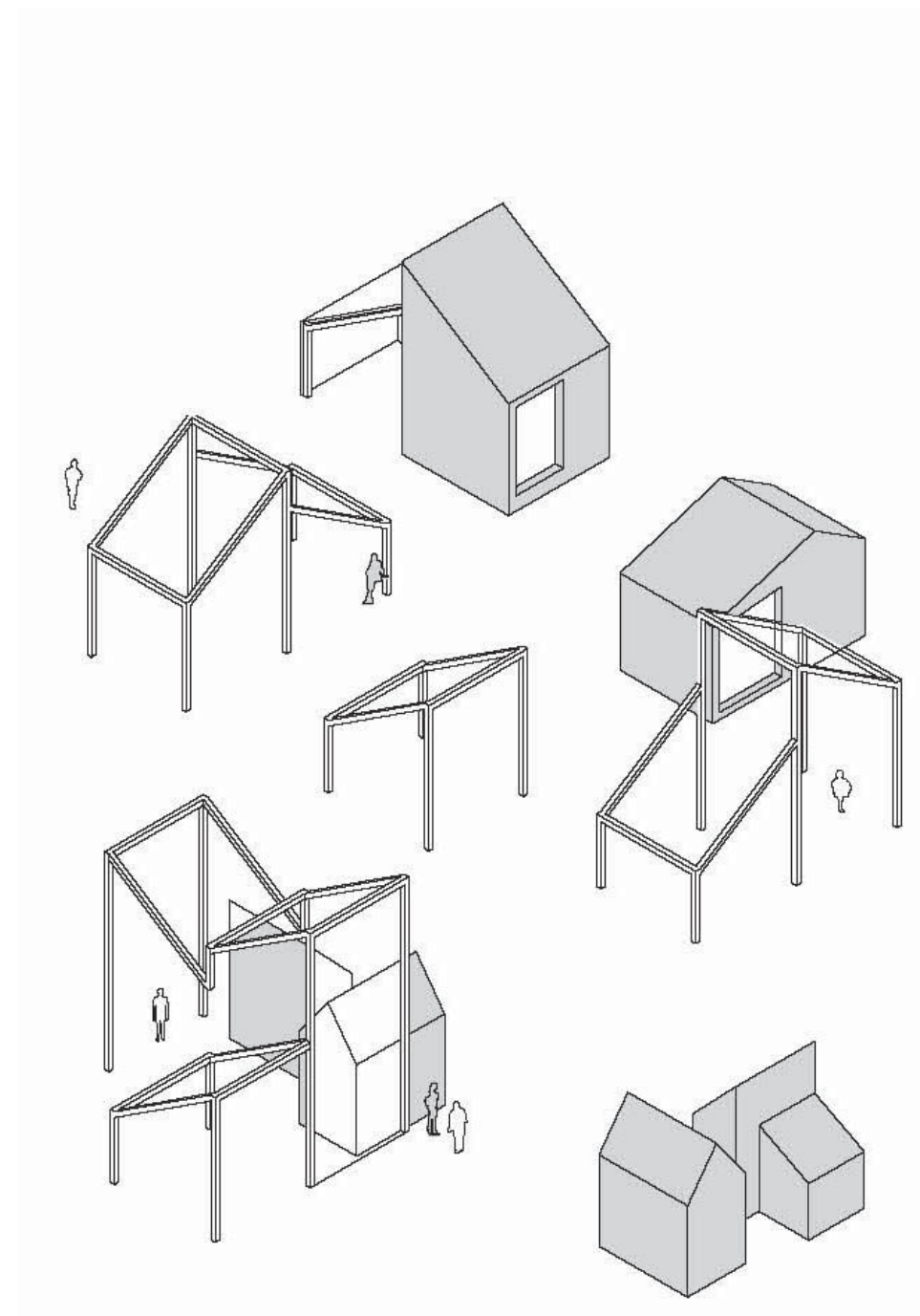
% lokali odpowiadający na wyrażone potrzeby mieszkańców



polityka lokalowa | STRATEGIA: Marka Praga Północ

działania przestrzenne

prototypowanie przestrzeni publicznej



działania przestrzenne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

wyposażenie przestrzeni ulicznych w meble miejskie



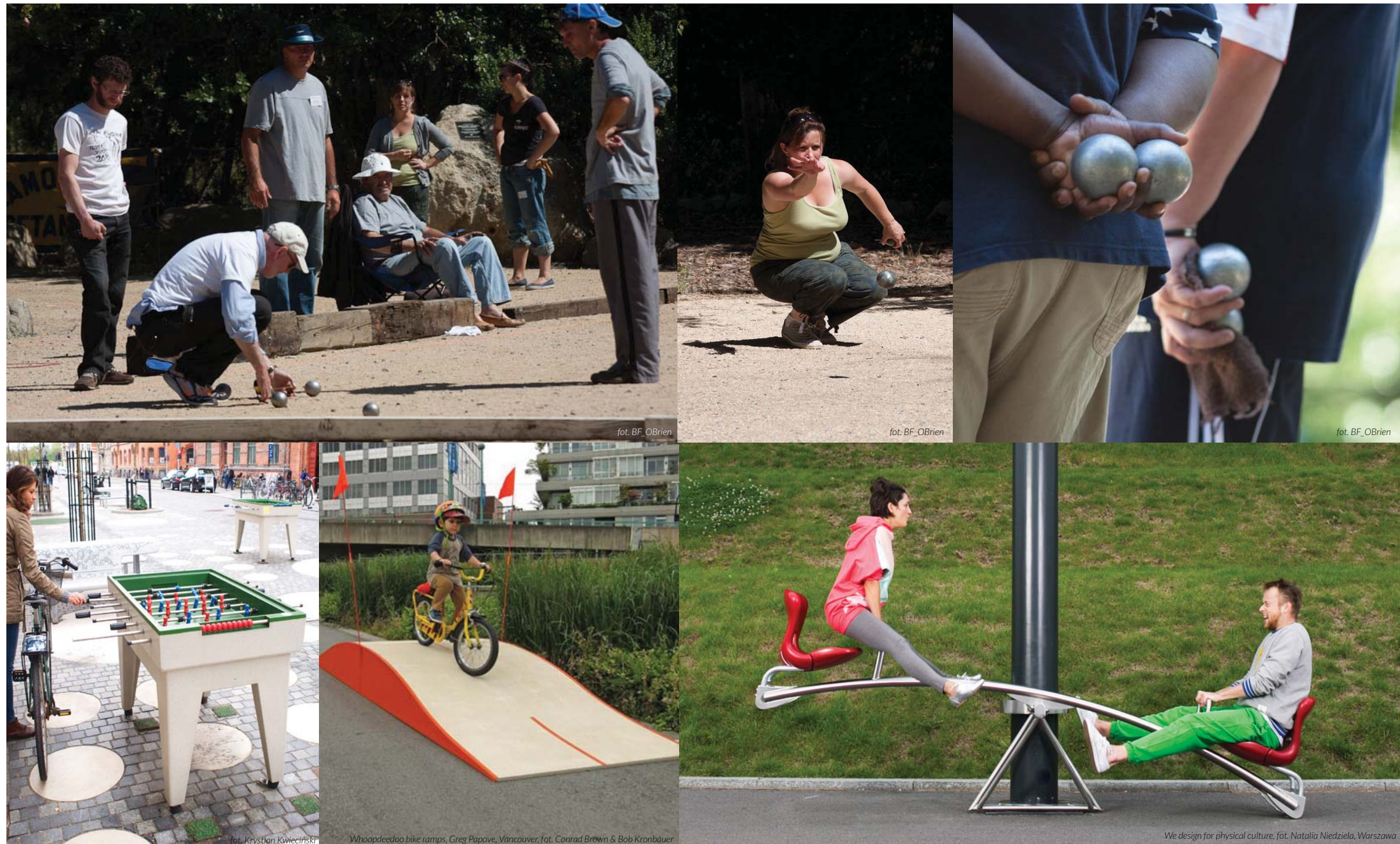
działania przestrzenne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

tworzenie otwartych przestrzeni sportowych



działania przestrzenne | STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

„mikro-stadiony” dla sportu i rekreacji



działania przestrzenne | STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

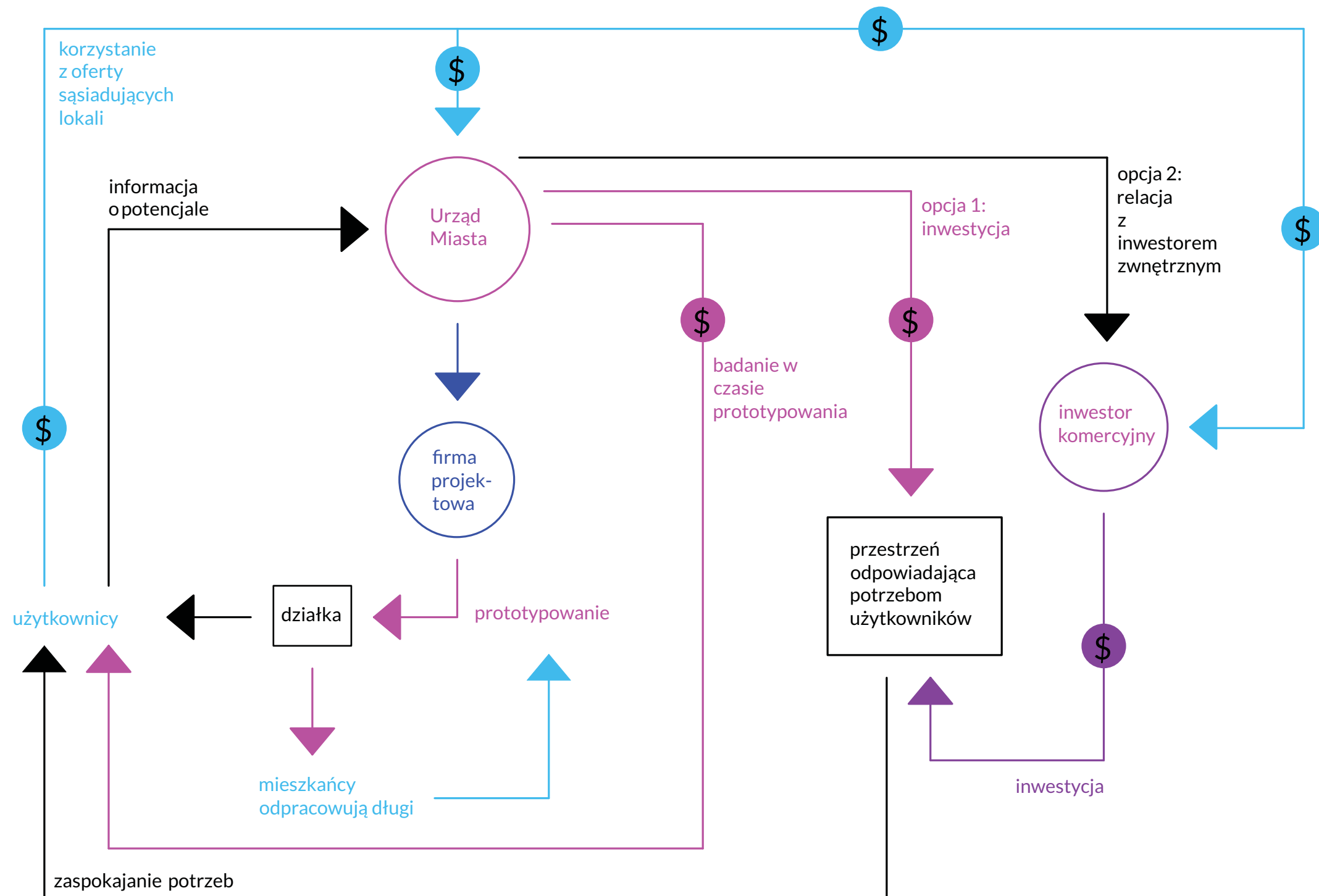
działania ekonomiczne

spowolnienie ruchu na ulicy sprzyja przedsiębiorczości



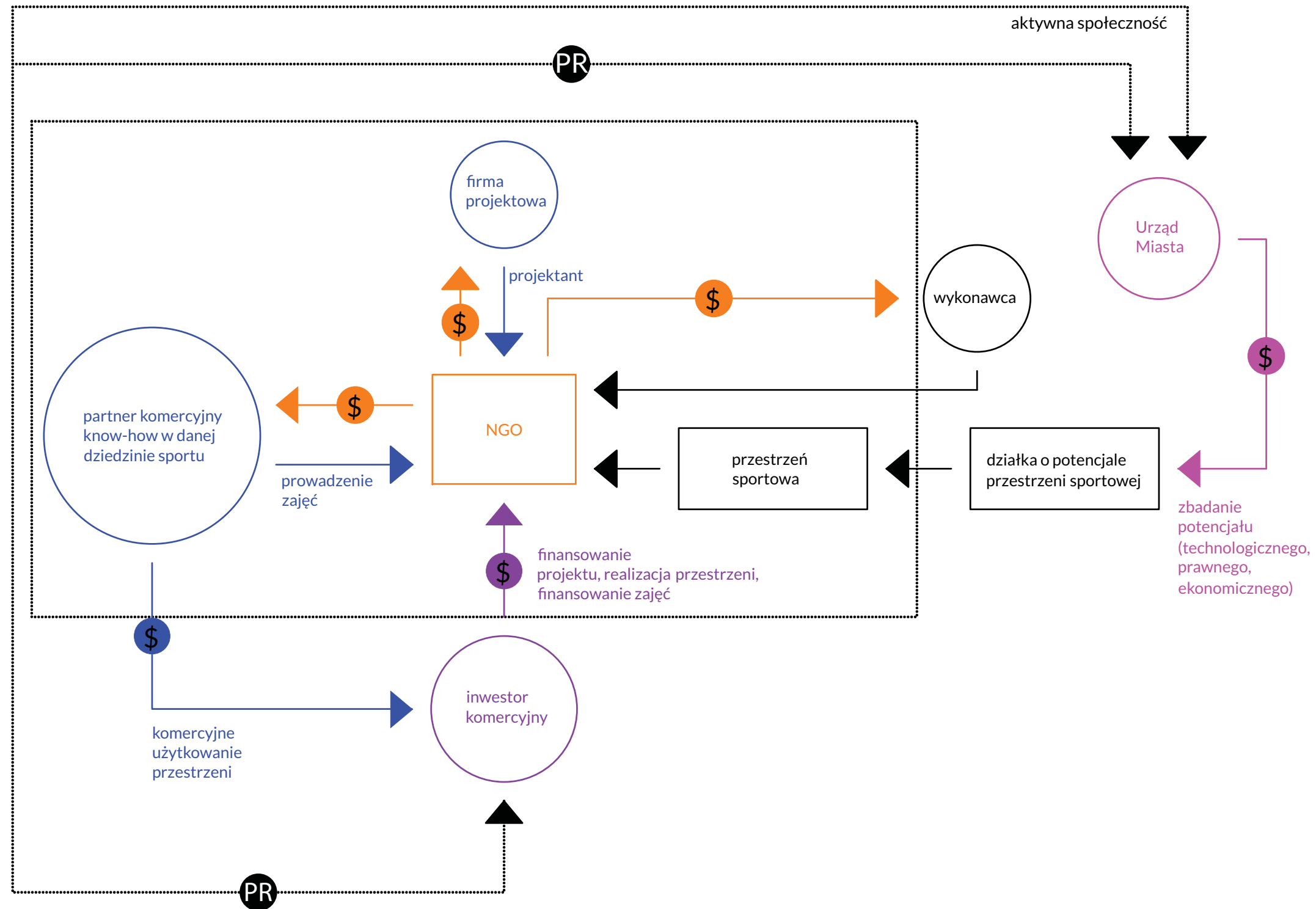
działania ekonomiczne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

obniżenie kosztów utrzymania przestrzeni publicznej



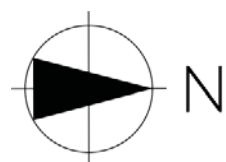
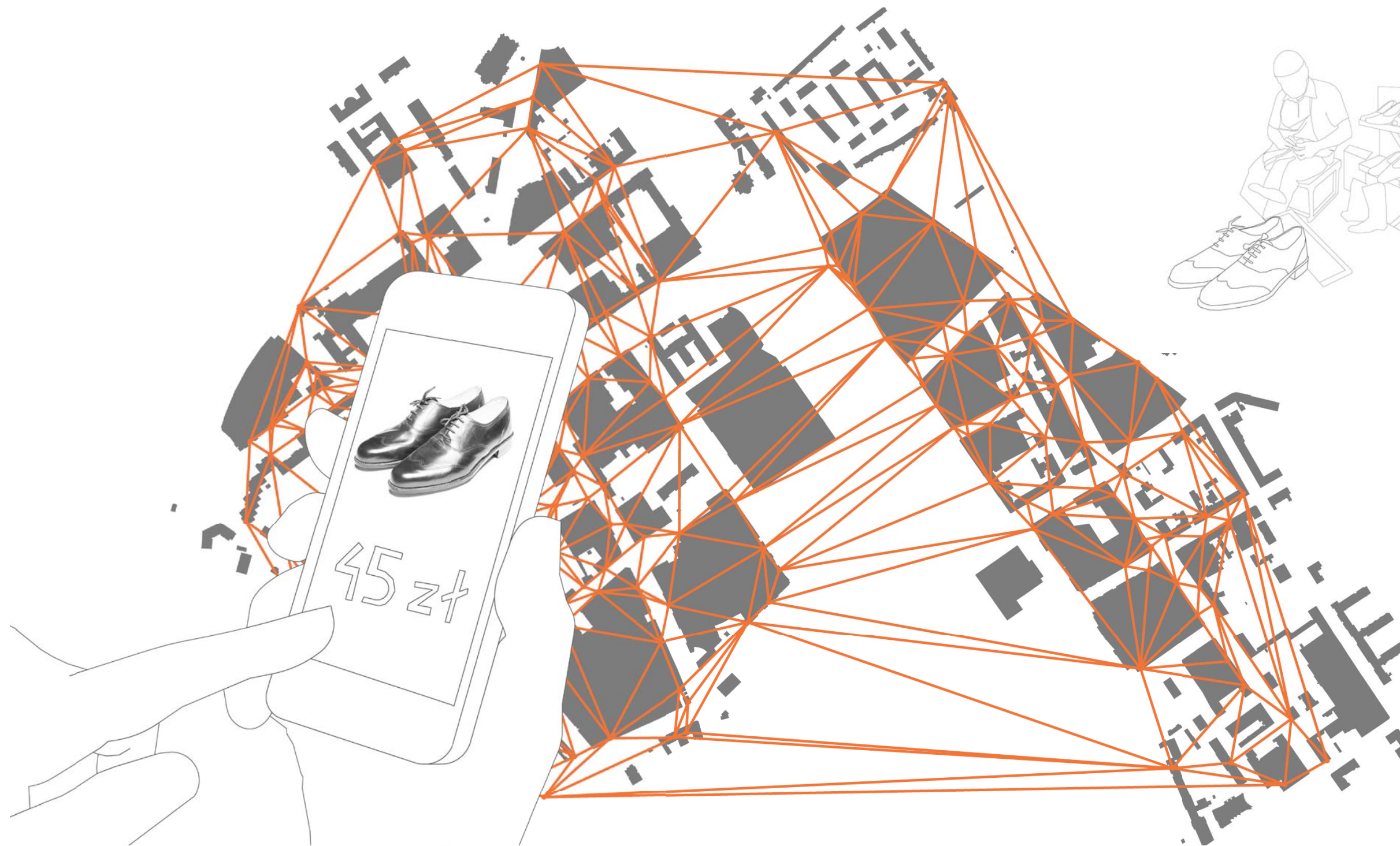
działania ekonomiczne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

realizacja przestrzeni sportu - partnerstwa publiczno-pryw.



działania ekonomiczne | STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

zintegrowana promocja lokalnego biznesu



działania ekonomiczne | STRATEGIA: Marka Praga Północ

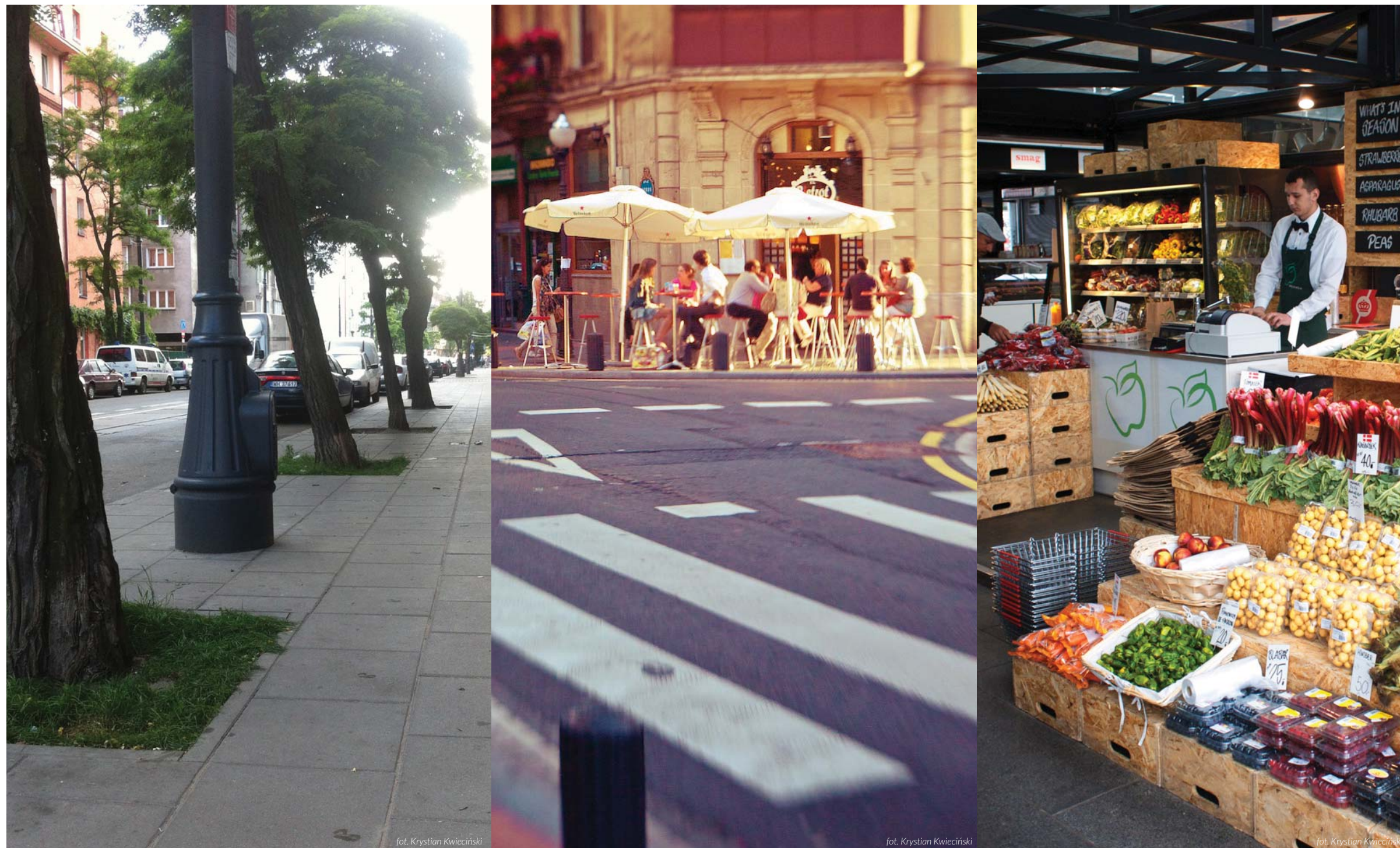
działania społeczne

angażowanie mieszkańców w tworzenie przestrzeni



działania społeczne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

angażowanie użytkowników w dozór nad przestrzenią



działania społeczne | STRATEGIA: ulica jako pierwotna przestrzeń publiczna

sport zacierający różnice społeczne



działania społeczne | STRATEGIA: dzielnica kulturalna fizycznie

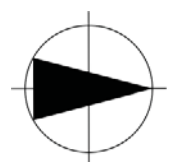
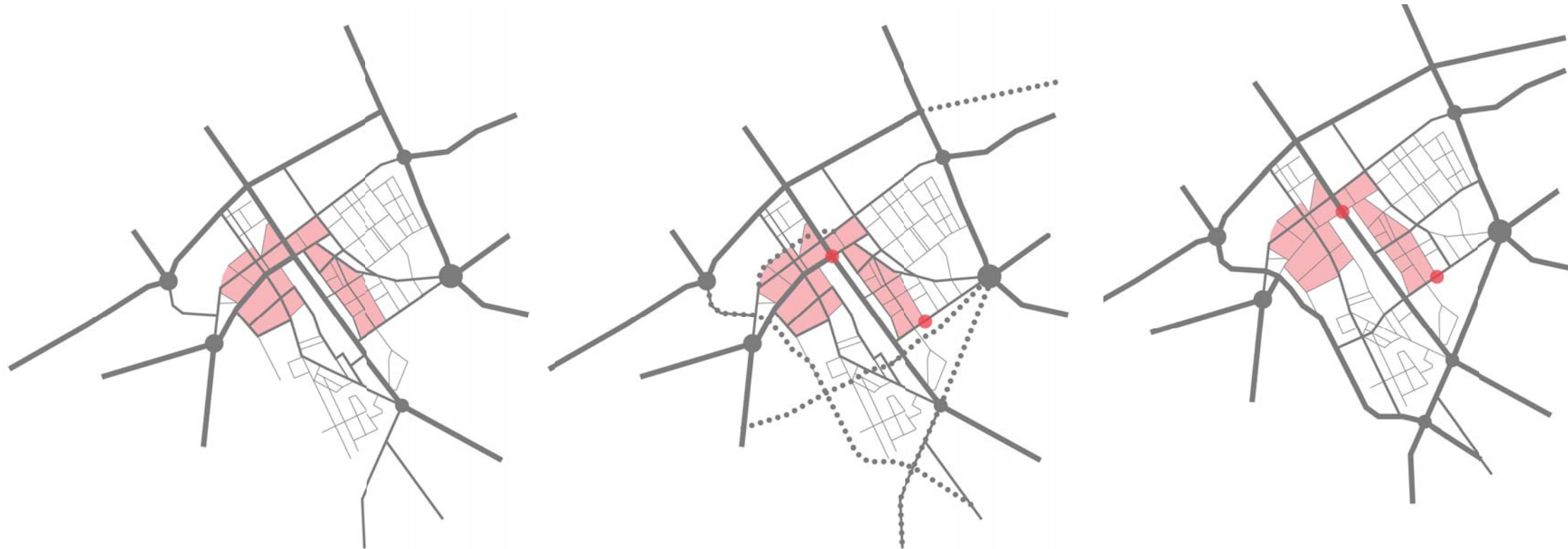
międzypokoleniowa wymiana wiedzy



działania społeczne | STRATEGIA: nowe formy starych zawodów

komunikacja i organizacja ruchu

przesunięcie ruchu tranzytowego na obrzeża dzielnicy



ograniczenie ruchu kołowego w dzielnicy

