

با حضور مدیرعامل سازمان زیباسازی، معاونین مترو و مدیران روابط عمومی تاکسی رانی و اتوبوس رانی؛

### **جلسه توجیهی پروژه طرح جامع و تفصیلی تبلیغات شهری برگزار شد**

جلسه توجیهی پروژه طرح جامع و تفصیلی تبلیغات شهری، با حضور مدیران و معاونین سازمان زیباسازی، معاونین سازمان قطارشهری و مدیران روابط عمومی تاکسی رانی و شرکت واحد اتوبوس رانی تبریز و حومه برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی و ارتباطات سازمان زیباسازی، در این جلسه علی مدبر با تأکید بر این که براساس مصوبه شورای اسلامی شهر تبریز، سازمان زیباسازی تنها متولی حوزه تبلیغات شهری در تبریز است، گفت: بر اساس اعلام مشاور طرح جامع و تفصیلی تبلیغات شهری، تبلیغات در شهرها با مشکلات عدیده ای روبرو است که مهم ترین آن، عدم هماهنگی بین نهادها و دستگاه های مختلف فعال در این زمینه است.



وی افزود: شورای محترم شهر طی مصوبه ای، سازمان زیباسازی شهرداری تبریز را تنها نهاد متولی تبلیغات شهری در تبریز معرفی کرده؛ اما می بینیم به موازات این سازمان، نهادهای دیگری نیز در زمینه تبلیغات فعالیت می کنند و این امر، موجب بروز مشکلات زیادی در سطح شهر شده است. مدیرعامل سازمان زیباسازی تعدادی از این مشکلات را برشمرد و اضافه کرد: اغتشاش و نازیبایی در سیما و منظر شهری، مخدوش شدن ایمنی و سلامت شهروندان و کاهش درآمدهای شهرداری، از جمله نتایج منفی ناهماهنگی در حوزه تبلیغات است. مدیرمجموعین اظهار داشت: در عین حال، عدم وجود وحدت رویه و تبعیت نکردن از قوانین در این زمینه، موجب افزایش بی رویه سازه ها و بالاخص سازه های غیر استاندارد و بدون مطالعه شده که علاوه بر ایجاد چهره ای نازیبا در شهر، از منظر پدافند غیرعامل و ایمنی شهروندان نیز جای بحث دارد. وی تصریح کرد: تمامی سازمان ها و شرکت هایی که در زمینه تبلیغات شهری فعالیت می کنند، باید اقدامات خود را در دو محور "ضوابط تبلیغات شهری و مشکلات حاصل از وضع موجود" مورد بازنگری قرار دهند.



مدیرعامل سازمان زیباسازی در بخش دیگری از سخنان خود، افزود: از نمایندگان سازمان ها و شرکتهایی که در این جلسه حضور دارند، انتظار داریم در خصوص واگذاری های جدید و تمدید قراردادهای قبلی، هماهنگی های لازم را با سازمان زیباسازی انجام دهند؛ چرا که ناهماهنگی و عدم حرکت در مسیری واحد، بیشترین ضرر را به اقتصاد شهری وارد می کند.

مدیر در عین حال، به نتایج مثبتی که از قانونمندی در حوزه تبلیغات حاصل می شود اشاره و تصریح کرد: اصلی ترین هدفی که از انسجام و یکدستی در تبلیغات شهری عاید شهر می گردد، فضایی آرام و زیباست که در کنار آن، پیام رسانی به بهترین وجه و با بیشترین بازخورد انجام می گیرد و در بلند مدت، افزایش درآمد را نیز به همراه خواهد داشت. در انتهای جلسه، نمایندگان سازمان های قطار شهری، تاکسی رانی و شرکت واحد اتوبوس رانی، ضمن بیان شرایط تبلیغات در واحد متبوع خود، آمادگی خود را برای همکاری جهت نیل به اهداف طرح جامع و تفصیلی تبلیغات شهری، اعلام کردند.