

Warszawa, 3 lipca 2014

Grupa M20
ul. Wł. Andersa 29 lok. PAŃSTWOMIASTO
00-159 Warszawa

Sz. P. Zbigniew Jagiełło
Prezes
PKO Bank Polski
ul. Puławska 15
02-515 Warszawa

Szanowny Panie Prezesie,

Zwracamy się z prośbą o podjęcie przez PKO BP publicznego zobowiązania do zdjecia i nieumieszczania w przyszłości reklam wielkoformatowych na budynkach Rotundy przy ul. Marszałkowskiej i pobliskiego biurowca PKO BP przy ul. Nowogrodzkiej 35/41 w Warszawie.

UZASADNIENIE:

W ostatnich latach narasta w społeczeństwie, w mediach zainteresowanie wyłdem Warszawy i jako jej wspólnego dobra jakim jest przestrzeń publiczna.

Wiedząc o prowadzonej przez PKO BP polityce społecznej odpowiedzialności biznesu w dziedzinie "Zobowiązania wobec społeczeństwa" pragniemy zachęcić PKO BP do przystąpienia do coraz szerszej społecznej koalicji organizacji pozarządowych oraz osób publicznych i prywatnych, której celem jest ograniczenie nadmiernego rozrostu ilości reklam wielkoformatowych.

Zależy nam stwierdzamy, że dotychczasowa polityka PKO BP w tej mierze przyczynia się do pogłębiania chaosu w przestrzeni publicznej Warszawy. Jest to tym bardziej niepokojące, że oba ww budynki znajdują się w centrum centrum Warszawy, a więc ich wygląd ma bezpośredni wpływ na postrzeganie Stolicy, obniża jakością miasta i przyczynia się do jego jarmarcznego wizerunku. Dodatkowo trzeba wspomnieć, że zniszczenie tej reklam Rotunda to obiekt ważny dla historii polskiej architektury, ikona polskiego modernizmu powojennego i jeden z landmarków Warszawy. Niestety nie można tego budynku obejrzeć, gdy jest zniszczony reklamami.

Odszkodowanie tych centralnie położonych budynków i powstrzymanie się od umieszczania na nich reklam wielkoformatowych znacząco poprawi jakość przestrzeni publicznej centrum Warszawy.

Jednocześnie wyrażamy przekonanie, że pozytywną odpowiedzią na nasz problem będzie lepiej wpłynięcie na społeczny odbiór wizerunku PKO BP niż zawieszanie reklam na budynkach. Wielkoformatowe reklamy są estetycznym przekleństwem Warszawy, coraz bardziej irytują mieszkańców, mobilizują media do krytycznych wypowiedzi o właścicielu budynku i reklamodawcy. W efekcie w ostatnim czasie wzbudzają niechęć społeczną zamiast sympatii, a zatem ich efekt jest odwrotny niż zamierzony. Z drugiej strony na pewno pozytywnie wpłynęło na wizerunek Państwa Banku zakomunikowanie, że PKO BP jako pierwszy bank w Polsce deklaruje prospołeczne postawy, wyrzeka się zasłaniania tych dwóch budynków reklamami i w ten sposób przyłącza się do współczesnych trendów społecznych.

Z poważaniem,

Marcin Wojciechowski
Grupa M20