



Opšti CILJ Strategije **sa stanovišta fizičke strukture i identiteta**

- Profilisanje i isticanje identiteta i unapređenje fizičke strukture Beograda, centra grada, svih gradskih, prigradskih i seoskih naselja kao sastavnih i međusobno povezanih delova celine metropolitena (Grada) Beograda, kako bi on ponovo postao:

- prepoznatljiv,
 - ekonomski i turistički privlačan,
 - konkurentan i
 - dominantan
- u regionu zapadnog Balkana i
jugoistočne Evrope

Beograd čini 17 opština, 10 gradskih i 7 prigradskih.

Obavezan operativni cilj i jedan od osnovnih zadataka Strategije je zato

- profilisanje zajedničkih interesa svih naselja i opština koje čine metropoliten Beograda,
- uz definisanje specifičnosti (ponude) pojedinačnih naselja
- bolja komunikacija i koordinacija na celom području Grada, radi
- racionalnog trošenja resursa i
- komplementarne ponude sadržaja.

***Položaj na dve reke determiniše ciljeve
fizičkog razvoja Beograda***



Lokalni kontekst

problemi koji direktno utiču na vrstu i dinamiku javnih investicija:

- nerešena vlasnička struktura,
- denacionalizacija imovine u najavi,
- preneti prava i upravljanje zemljištem,
- neažuran katastar zemljišta
- nasleđena i aktuelna neformalna - nelegalna gradnja
- investitora

Globalni kontekst

- atraktivno tranziciono tržište
- Očuvanje identiteta
- Izgradnja između naselja (sprawl)
- Autentična arhitektura vs. globalni trendovi
- "brownfields"
- socijano i neprofitno stanovanje
- očuvanje i promocija nasledja

OPERATIVNI CILJEVI

1. Stabilno opredeljenje uprave za održivi razvoj

Kroz:

- **Racionalno širenje gradskog građevinskog a očuvanje neizgrađenog, posebno prirodno kvalitetnog zemljišta**
- **Urbanu obnovu i racionalno korišćenje postojećih urbanih struktura,**
- **Insistiranje na tradicionalno mešovitim namenama,**
- **Evidenciju i planiranje upravljanja bogatstvom prirode, predela i ekološki vrednih područja na čitavoj teritoriji,**
- **Očuvanje i unapređenje postojećih slobodnih, prirodnih, uređenih i spontano formiranih zelenih zona koje grade atraktivne pejzaže,**
- **Održavanje, revitalizaciju i promociju kulturnih dobara, na čitavoj teritoriji grada**

2. Očuvanje identiteta

- **Očuvanje izvornog identiteta pojedinačnih naselja, njegovo unapređenje i usklađivanje prema zajedničkom karakteru metropolitenskog Beograda,**
- **Unapređenje slike i karaktera Beograda, formulisanje elemenata koji ga čine posebnim,**
- **Identifikaciju karakterističnih lokalnih „ikona“, prirodnih i građenih simbola urbanih i ruralnih predela Beograda,**

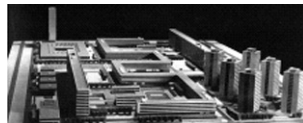
Sa Save '07

Novi Beograd sa Beogradske tvrđave '04

- Isticanje bogatstva različite arhitekture i tipova urbanog tkiva kao nasleđa različitih epoha,
- Evidentiranje i promociju arhitekture modernizma u Beogradu kao i arhitekture XX veka,
- Promociju tragova vremena druge polovine XX veka, arhitekture, kompleksa, naselja,
- Unapređenje javnih dobara i prostora



NOVI BEOGRAD - Konkurs Ravnikar,
Blokovi Glavički, Milenković



3. Forsiranje katalizatora razvoja

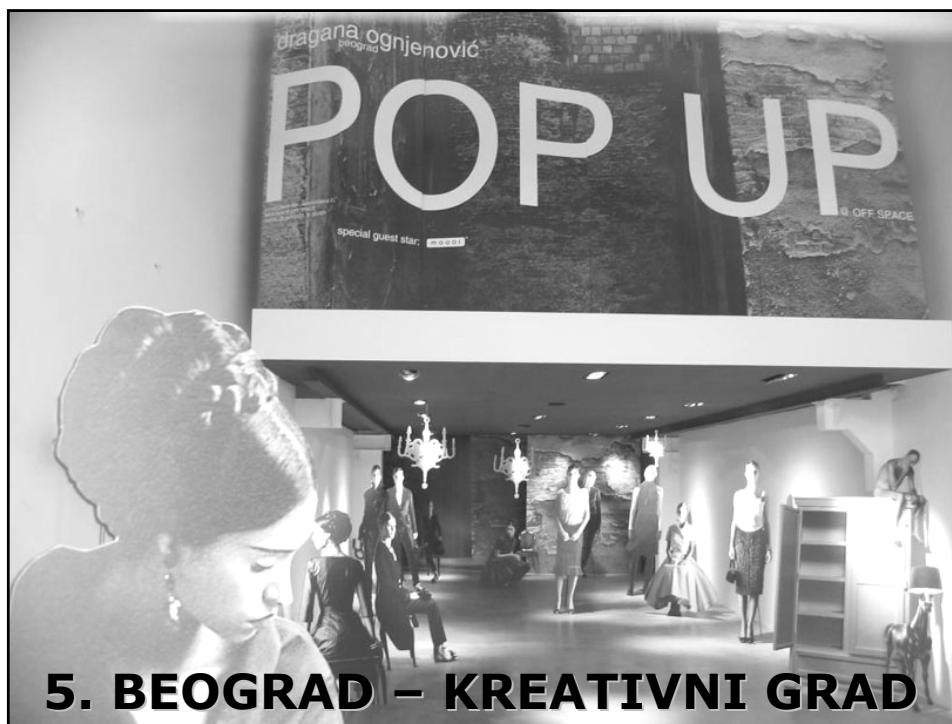
- Valorizaciju i prezentaciju svih prirodnih potencijala Beograda,
- Omogućavanje efikasnih *greenfield* investicija i izgradnje na planski predviđenim lokacijama
- Korišćenje kulturnog nasleđa u turističke i druge ekonomski opravdane svrhe (kreativni sektor i kreativne ekonomije),
- Utvrđivanje mogućih velikih projekata grada i pristupanje izradi studija opravdanosti za najrealnije projekte,
- Iskorišćavanje nedovoljno efikasno korišćenog gradskog zemljišta, rehabilitacijom i urbanizacijom *braunfieldsa* i posebno zona industrijskih i komunalnih zona priobalja,

Luka Beograd '06

4. Uspostavljanje (ili isticanje postojećih) gradskih atrakcija

- Izgradnjom i promocijom Beograda kao savremene urbane strukture sa sačuvanim prirodnim jezgrom,
- Promocijom Novog Beograda kao jedinstvenog novog grada u Evropi sa specifičnom arhitekturom i funkcijama,
- Promocijom bogatstva prirode suburbanog okruženja i podsticanje eko, seoskog, vikend turizma,
- Unapređenjem lica grada i promocijom nove arhitekture,
- Unapređenjem postojećih i uspostavljanjem novih javnih, kulturnih, sportskih i zabavnih manifestacija,
- Razvojem sporta sa vrhunskim potencijalima,
- Uspostavljanjem kulturnih itinerera,
- Organizacijom međunarodnih konkursa i konferencija





KREATIVNE INDUSTRIJE

Zapadna iskustva dokazuju značaj kreativnih industrija u ekonomskoj, kulturnoj i estetskoj transformaciji gradova i

nude svojim uspešnim projektima dobar know-how ili bar moguće modele.

Promocija i podrška kreativnog sektora može da pomogne promociji "malih i novih" naroda i njihovih gradova,

na vratima Evropske zajednice željnih atraktivnih atributa (i građevina) koji mogu da privuku investicije.

KAKO?

- Podrškom uprave individualnim i kreativnim produkcijama i projektima kojima će Grad i njegovi delovi razviti identitet
- Jasnim opredeljenjem za inovativne i netipične strateške projekte uz realno shvatanje podneblja i mogućnosti kooperacije javnih i privatnih partnera
- Uključivanjem neformalnog sektora, sposobnih kreativnih ljudi u deo kulturne produkcije i zvanične kulturne institucije
- Istraživanjem autentičnog identiteta različitih kulturnih sredina na sremskom, banatskom i šumadijskom delu Grada Beograda
- Jačanjem prepoznatljivog urbanističkog i arhitektonskog lika omogućavanjem svetskim arhitektima nadmetanje za kapitalne lokacije i objekte Grada Beograda
- Omogućavanjem kreativnim industrijama da uz povoljne uslove sistemski obnove i ožive markantne *brownfield* lokacije u Beogradu i drugim urbanim centrima Grada.

