

# Lech Kaczoń



Doświadczony menadżer z wieloletnią praktyką w branży reklamy zewnętrznej, mediach i marketingu, telewizyjny dziennikarz sportowy i podróżnik. W 1991 r. współtwórca Grupy Outdoor w Polsce. Współzałożyciel polskiego oddziału Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy (IAA), Stowarzyszenia Reklamy Zewnętrznej i Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej w Polsce, której jest prezesem od 2003 r. Członek rzeczywisty Stowarzyszenia Tłumaczy Polskich. Autor pierwszego Kodeksu Postępowania w Reklamie Zewnętrznej. Organizator wystaw plakatu niekomercyjnego, Festiwalu Plakatu Reklamowego w Krakowie, imprez branżowych i mediowych. Inicjator wielu akcji społecznych. Autor opracowań i analiz na temat zagadnień rynku reklamy zewnętrznej i infrastruktury reklamowej w Polsce i Europie.

## **Wdrożenie uchwały krajobrazowej – perspektywa branżowa**

Ustawa krajobrazowa jest niedopracowanym, niespójnym i miejscami skomplikowanym aktem prawnym, ale jest. Trudno ją wykorzystać do rzeczywistego porządkowania przestrzeni publicznej. Trudno samorządom stworzyć faktycznie poprawne i rokujące "uchwały krajobrazowe". Branża OOH w Polsce jest podzielona. Przede wszystkim w związku z dużą liczbą firm oraz ich bardzo różnorodnym portfolio w zakresie posiadanych nośników reklamy. Wiele jest także wizji rozwoju rynku OOH. Samorządy wykazują w dużej części małe zainteresowanie rozwiązaniami przyszłościowymi przy kształtowaniu otaczającego nas krajobrazu. Działają wybiórczo bez stosowania nowoczesnych mechanizmów dialogu. Idą często drogą zakazów i nakazów, a nie drogą zrozumiałej i opartej na współczesnych standardach koncepcji. Uczą się jednak rozmawiać i korzystać z dostępnych doświadczeń. Tu branża OOH upatruje pozytywnych rozwiązań w przyszłości.

