



4 Projekt Vienna Gate ponúka moderné bývanie s dobrým výhľadom na Staré Mesto.



6 Celková prenajímateľná plocha CBC II predstavuje 13 430 m².

3 Štítkovanie budov aj na Slovensku

4 Viedenská brána priamo v Petržalke

6 CBC II už pozná svojich nájomníkov

10 Zimné strediská investovali

11 Pribúdajú už aj nájomné byty

11 Vyvlastňovanie po novom

12 Bezplatná občianska inzercia

15 Fotoinzercia

10

Známe kúpalisko Kováčová sa zmení na aquapark s wellness centrom.



11

Odborníci upozorňujú na možné ohrozenie verejnej súťaže pri dostavbe diaľnic.



NAJBLIŽŠIE ČÍSLO VYJDE 4. JANUÁRA 2007
UZÁVIERKA INZERCIE 18. DECEMBRA 2006

Štítkovanie budov aj na Slovensku

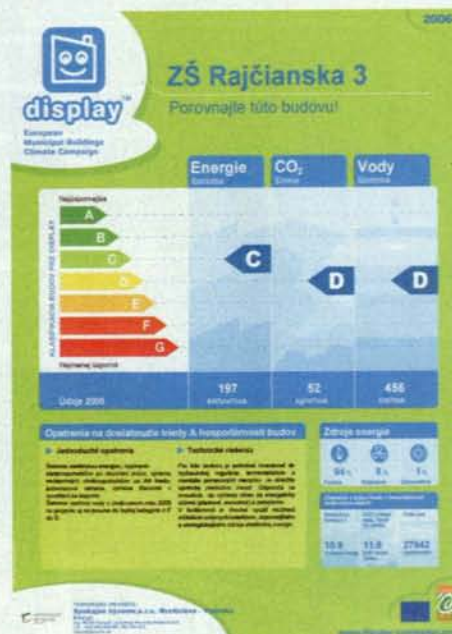
Bratislavská Vrakuňa je slovenským lídrom štítkovania budov v rámci Európskej kampane DISPLAY. Nový projekt má priniesť predovšetkým zlepšenie informovanosti vlastníkov bytových domov a verejných objektov.

Na Slovensku sa ako prvá zapojila do kampane v máji tohto roka spoločnosť Spokojné bývanie v mestskej časti Bratislava-Vrakuňa. Podľa manažérky projektu Henriety Peškovičovej je základným informačným nástrojom kampane vizualizácia energetickej hospodárnosti objektov prostredníctvom špeciálnych informačných štítkov, aké poznáme napríklad pri domácich elektrospotrebičoch. Ukazujú energetickú náročnosť od najefektívnejšej kategórie A až po najmenej hospodárnu kategóriu G.

NIŽŠIE NÁKLADY NA BÝVANIE

Cieľom európskej kampane DISPLAY je podpora obcí pri verejnom zobrazovaní informácií o spotrebe energie, emisiách CO₂ a spotrebe vody v budovách patriacich pod správu obce. Kampan je koordinovaná organizáciou Energie – Cités z Francúzska a zapojilo sa do nej už viac ako 200 európskych miest a obcí.

„Rozbehnutie tejto kampane má pomôcť obyvateľom bytových domov lepšie si uvedomiť, že každý obyvateľ a vlastník môže svojou zmenou



Budovy zapojené do kampane sú označené štítkami, ktoré nielen ukazujú ich aktuálnu energetickú náročnosť, ale zároveň dávajú odporúčania na zmenu

správania a využívaním efektívnejších technológií nielen uľahčiť vlastnej peňaženke, ale aj prispievať k znižovaniu záťaže životného prostredia,“ hovorí Marek Hargaš, iniciátor kampane vo Vrakuňi. „Tento projekt môže výrazne pomôcť k identifikácii málo hospodárnych a z hľadiska energetickej náročnosti neefektívnych verejných objektov, akými sú napríklad školy, úrady a iné inštitúcie. Tie neraz zbytočne odčerpávajú zdroje z rozpočtových prostriedkov samosprávy,“ dodal a zároveň potvrdil, že aj realizácia úsporných opatrení a zlepšovanie systému zásobovania bytov teplom a teplou vodou priniesli pre obyvateľov Vrakuňe nižšie náklady na bývanie.

SIEDMA V EURÓPE

Mestská časť Vrakuňa sa v celoeurópskej kampani zatiaľ nestratila a ku koncu roka figurovala na 7. mieste v počte vytvorených posterov pre verejné budovy a bytové domy. Je zároveň základňou pre celoslovenskú kampaň a vrakunská prípadová štúdia marketingu bude používaná ako GUIDE pre všetkých slovenských členov. ■ (mat)