



Kategoria

- Projekty
- "Hajnówka OdNowa. Kooperacja w rewitalizacji - doświadczenia z Reggio Emilia"

Nowa propozycja znaku graficznego dla Hajnówki to próba wyrażenia istniejącego logo promocyjnego Marki Hajnówka - HAJNÓWKA. DUCHOWA WITALNOŚĆ na szczególnie ważnych dla miasta polach eksploatacji - produktach regionalnych i usługach społecznych, głównie wpisujących się w kontekst rewitalizacji. Co ważne - Hajnówka nie zmienia istniejącego znaku, który odwołując się do przyrodniczego-kulturowego potencjału oraz dziedzictwa miasta i regionu właściwie oddaje charakter Hajnówki. Znak HAJNÓWKA. DUCHOWA WITALNOŚĆ pozostaje oficjalnym znakiem promocyjnym miasta. Nowa propozycja jest uzupełnieniem marki (subbrandem), w jasny sposób nawiązującym do idei marki głównej, a jednocześnie podkreślającym szczególne obszary i sfery działalności miasta oraz jego społeczności.

Nowa propozycja oznakowania wybranych produktów i usług z jednej strony ma podkreślać ich znaczenie, a z drugiej ma być ułatwieniem i wsparciem kierowanym ze strony samorządu miasta głównie do lokalnych organizacji pozarządowych. To próba zasygnalizowania istotnego znaczenia dla

rozwoju Hajnówki i jej wizerunku produktów stąd, wysokiej jakości, wytwarzanych w oparciu o tradycyjne metody, lokalne zasoby i surowce, które są doceniane na zewnątrz i wymagają dodatkowego wsparcia promocyjnego, jak również to zachęta do włączania się partnerów prywatnych i społecznych w proces rewitalizacji Hajnówki. Produktami takimi mogą być np. Marcinek Hajnowski, wpisany na Listę Produktów Tradycyjnych, wytwarzany na bazie tradycyjnej receptury, inne produkty wpisane na tę listę, sery, twaróg, czy masło wytwarzane na bazie mleka pochodzącego z Regionu Puszczy Białowieskiej, tradycyjne pieczywo oraz wyroby cukiernicze oparte na lokalnych składnikach, wyroby rzemieślnicze itp. W przypadku usług znakami wyróżnione będą takie, które wykażą oddziaływanie na popularyzację i wzmocnienie lokalnych potencjałów, np. produkcja przedmiotów użytkowych bazujących na lokalnym wzornictwie i designie, świadczenie usług kulinarnych w oparciu o tradycyjne, regionalne receptury i produkty.

System wdrożenia znaku będzie zakładał m.in. opracowanie oraz nieodpłatne udostępnianie gotowych szablonów graficznych np. etykiet, opakowań, plakatów, elementów nowego oznakowania do wykorzystywania na innych polach eksploatacji związanych z realizacją usługi czy wytwarzaniem produktu, wskazanych przez zainteresowany podmiot czy lokalnego wytwórcę. Udostępnianie będzie następowało każdorazowo indywidualnie, po poświadczeniu przez dany podmiot spełnienia określonych kryteriów i warunków udostępniania. W efekcie zakłada się spójne oznakowanie grupy produktów regionalnych z Hajnówki (np. wyrobów, przedmiotów, usług) o szczególnych walorach, jakości, które stworzą pakiet produktów z naszego miasta, a poprzez spójne oznakowanie graficzne będą łatwiej rozpoznawalne przez odbiorców, np. turystów poszukujących wyjątkowych, lokalnych produktów, które mogą spróbować i zakupić na pamiątkę z Hajnówki czy Regionu Puszczy Białowieskiej. W najbliższych miesiącach nowy system oznakowania będzie poddany testowaniu.

Nad nową propozycją systemu oznakowania pracowało 64 osoby z całej Polski, które zgłosiły 90 propozycji. Komisja w składzie: dr hab. Jarosław Perszko, prof. Politechniki Białostockiej, Barbara Bańka, dr Tomasz Samojlik, Katarzyna Łotowska i Magdalena Chirko nagrodziła pracę Agaty Łukszy (Hajnówka) oraz zdecydowała o przyznaniu dwóch wyróżnień (Błażej Krzepina – Szczecin, Maciej Burda Poznań). Rozstrzygnięcie wraz z ogłoszeniem wyników nastąpiło 28 października 2019 r. Nagrodzone prace oraz relację z przeprowadzonego konkursu, wraz z protokołem komisji można zobaczyć na stronie www.UrzeduMiasta.wzakladceREWITALIZACJA.

Zadanie zrealizowano w ramach projektu "Hajnówka OdNowa. Kooperacja w rewitalizacji - doświadczenia w Reggio Emilia".

Magdalena Chirko
Urząd Miasta Hajnówka

Grafika



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Source URL:

<https://hajnowka.pl/aktualnosc/projekty-hajnowka-odnowa-kooperacja-w-rewitalizacji-doswiadczenia-z-reggio-emilia/1644>