



## Urząd Miasta Hajnówka



### Kategoria

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

### **Pytanie nr 1: Czy w znaku graficznym może być zawarty tekst, jeśli tak to jaki? Hajnówka lub inny?**

Odpowiedź: W znaku graficznym może być zawarty tekst. Podstawowym zwrotem zdaje się być nazwa miasta - Hajnówka, który wskazywałby w przyszłości na pochodzenie produktów czy usług. Dopuszcza się także możliwość zawarcia innego tekstu, który zdaniem Uczestnika Konkursu będzie istotny z punktu widzenia odpowiedniego spełniania swoich funkcji.

### **Pytanie nr 2: Czy w znaku graficznym powinien być zawarty tekst lub nawiązanie do logotypu rewitalizacji „Hajnówka - OdNowa”?**

Odpowiedź: Sugeruje się, aby w przedkładanych propozycjach nie było uwzględniane hasło i logotyp "Hajnówka - OdNowa". Oczywiście sam tekst "Hajnówka" jak najbardziej może znaleźć się w znaku/motywie graficznym, zgodnie z informacjami zawartymi w odpowiedzi na pytanie

1. W regulaminie Konkursu jest odwołanie do Strategii Marki Hajnówka (<http://www.hajnowka.pl/urząd>)

1/strategia-marki-hajnowka.html) i nowo powstały znak/motyw graficzny powinien wykazywać związek z założeniami Marki Hajnówka. Tam zawarte są wszelkie istotne wskazówki dotyczące potencjałów Hajnówki, zasad systemu identyfikacji wizualnej itp.

### **Pytanie nr 3: Kto będzie właścicielem znaku?**

Odpowiedź: Zgodnie z zapisami Regulaminu Konkursu zwycięski projekt stanie się własnością Organizatorów, czyli Ośrodka Wspierania Organizacji Pozarządowych oraz Urzędu Miasta Hajnówka. Będzie mógł być wykorzystany za zgodą Organizatorów i na warunkach wskazanych przez Organizatorów przez podmioty działające na terenie miasta Hajnówka w obszarach zgodnych z przeznaczeniem projektu i celami konkursu.

### **Pytanie nr 4: Jakie przykładowe usługi społeczne /produkty będą mogły korzystać z wybranego znaku graficznego?**

Odpowiedź: Zakłada się, iż będą to usługi bądź lokalnie wytwarzane produkty wysokiej jakości, wykazujące związek z miastem lub regionem, oparte na lokalnych surowcach, składnikach czy zasobach, designie, wytwarzane w nawiązaniu do lokalnych tradycji, potencjału przyrodniczego i kulturowego itp. Zakłada się stworzenie zasad i reguł wyrażania zgody na korzystanie ze znaku, trochę na zasadzie certyfikacji produktów i usług. To po stronie chcącego skorzystać ze znaku będzie leżało udowodnienie, iż spełnia warunki, o których mowa wyżej.

### **Pytanie nr 5: Czy nowe logo/znak graficzny ma zastąpić istniejące logo miasta - Hajnówka. Duchowa witalność?**

Odpowiedź: Logo Hajnówka. Duchowa witalność:





# HAJNÓWKA

DUCHOWA WITALNOŚĆ

jest oficjalnie przyjętym przez miasto promocyjnym znakiem graficznym. Geneza i symbolika znaku ściśle opiera się na wypracowanych założeniach Marki Hajnówka, które są i będą w dalszym ciągu wdrażane. Niniejszy konkurs ma na celu wyłonienie bardziej motywu, grafiki czy wzoru użytkowego, który będzie spójny z istniejącym logo promocyjnym, a będzie niejako jego uzupełnieniem przy zastosowaniu na produktach czy w związku ze świadczeniem określonych usług. Zakłada się, że oba znaki będą mogły być stosowane łącznie lub rozdzielnie. Dotyczy to produktów czy usług określonych w odpowiedzi na Pytanie nr 4.

**Pytanie nr 6: Jakie przykładowe usługi społeczne /produkty będą mogły korzystać z wybranego znaku graficznego? - uzupełnienie odpowiedzi na pytanie nr 4.**

Odpowiedź: Zakłada się, że nowo powstały znak graficzny będzie wykorzystywany np. przez lokalnych przedsiębiorców, drobnych rzemieślników, organizacje społeczne, którzy wytwarzają produkty bądź świadczą usługi oparte na wysokiej jakości regionalnych zasobach, produktach, surowcach. Produktami takimi mogą być np. Marcinek Hajnowski, wpisany na Listę Produktów Tradycyjnych, wytwarzany na bazie tradycyjnej receptury, sery, twaróg, czy masło wytwarzane na bazie mleka pochodzącego z Regionu Puszczy Białowieskiej, tradycyjne pieczywo oraz wyroby cukiernicze oparte na lokalnych składnikach, itp. W przypadku usług znakiem 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.

---

**Source URL:**

<https://hajnowka.pl/aktualnosc/projekty-hajnowka-odnowa-kooperacja-w-rewitalizacji-doswiadczenia-z-reggio-emilia/1651>