



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0003.1561.2012

Kraków, 05 GRU 2012

**Pan
Adam Kalita
Radny Miasta Krakowa**

W odpowiedzi na Pana interpelację w sprawie herbu Miasta Krakowa, zgłoszoną na sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 21 listopada 2012 r., uprzejmie informuję:

Obecność logotypu Krakowa oraz znaku KRK (element nowego Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta) w przekazach reklamowych oraz publikacjach z pewnością nie jest efektem celowych działań mających zdeprecjonować herb Krakowa. Sytuacja ta jest związana z odmiennym charakterem i przeznaczeniem symboli miasta i znaków towarowych/logotypów. Odzwierciedla ona również współczesny trend z zakresu marketingu miejsc i zarządzania marką.

Znaki towarowe mają identyfikować działalność gminy w obrocie gospodarczym (społecznym) w znaczeniu promocyjnym i wizerunkowym. Celem ich eksponowania jest przede wszystkim odróżnienie przedsięwzięć realizowanych przez gminę, od innych inicjatyw podejmowanych przez osoby trzecie, w tym podmioty komercyjne. Herb jest natomiast znakiem o randze „symbolu miasta”. Jego charakter i zasady stosowania określają akty normatywne (uchwała nr CXXIII/1150/02 Rady Miasta Krakowa z dnia 9 października 2002 r. w sprawie symboli Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa oraz zarządzenie nr 167/2004 Prezydenta Miasta Krakowa z dnia 6 lutego 2004 r. w sprawie zasad posługiwania się symbolami Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa, których zapisy znacząco zawężają zakres swobodnego dysponowania herbem. Formułują m.in. zobowiązanie do otaczania Symboli Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa „należyłą czcią i szacunkiem” i wprowadzają istotne ograniczenie podmiotowe – „Wyraża się zgodę na używanie herbu Stołecznego Królewskiego Miasta Krakowa przez organy miasta, miejskie jednostki organizacyjne oraz jednoosobowe spółki Gminy Miejskiej Kraków”. Stąd też wynika dysproporcja w częstotliwości wykorzystywania znaków towarowych Gminy Miejskiej Kraków i symboli miasta.

Różnice w specyfice wspomnianych znaków ukształtowały również współczesną tendencję marketingową, zgodnie z którą w działaniach promocyjnych miast odchodzi się od wykorzystywania historycznych herbów na rzecz prostych, atrakcyjnych graficznie i budujących jednoznaczne skojarzenie z danym miejscem znaków towarowych. Herb miasta pojawia się natomiast w związku z przedsięwzięciami o doniosłej randze (związanymi z tradycją lokalną), niemającymi stricte reklamowego charakteru.

Należy także zauważyć, iż zgodnie z art. 18 ust. 2 pkt 13 ustawy z dnia 26 maja 2011 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. Nr 134, poz. 777) wyłączną kompetencję do wyrażania podmiotom zewnętrznym zgody na wykorzystanie herbu miasta posiada Rada Miasta Krakowa, co w konsekwencji oznacza, iż podjęte w ww. zakresie uchwały, w sposób bezpośredni kształtują politykę wykorzystywania herbu Królewskiego Stołecznego Miasta Krakowa w działaniach wizerunkowych.

PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

Jacek Majchrowski

Otrzymują:

1. Adresat
2. Wydział Informacji, Turystyki i Promocji Miasta
3. Kancelaria Prezydenta
4. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
5. Biuletyn Informacji Publicznej
6. aa