

Gerb. M. Vitkui  
Sąsipažinti ir vykdyti

Dokumentai  
Klaipėdos miesto savivaldybės  
tarybos sekretoriatas

1p (T-314m 4p)

Klaipėdos miesto savivaldybės  
tarybos ir mero sekretoriatas  
GAUTA

2018-12-19 Nr. TMS-259

TMS-246

Laikinosios komisijos Klaipėdos prekės ženklo  
atnaujinimo aplinkybėms nagrinėti narys  
Algirdas Grublys

2018-12-17.

abu V. Palaitienė:  
pavaldinti savo tarnybos  
spaudos projektą.  
abu V. Palaitienė:  
2018-12-17

## ATSKIROJI LAIKINOSIOS KOMISIJOS NARIO NUOMONĖ „DĖL KOMISIJOS IŠVADŲ“

Susipažinęs ir įvertinęs parengtą Laikinosios komisijos Klaipėdos prekės ženklo atnaujinimo aplinkybėms nagrinėti išvadą, nepritariau jai ir priimant sprendimą balsavau prieš.

### 1. Dėl komisijos darbo.

Komisija, kuriai buvo pavesta išnagrinėti Klaipėdos prekės ženklo atnaujinimo aplinkybes, iki galo neatliko savo užduoties, nes nebuvo apklausti visi asmenys turėję tiesioginių ir netiesioginių įsipareigojimų vykdyti prekės ženklo atnaujinimo darbus ir kontrolę. Didžioji komisijos narių dalis turėjo savo išankstinę nuomonę ir nepakankamai gilinosi į vykdytų darbų kontrolės procesą. Liko neapklausti ženklo kūrėjai, mero deleguota įvaizdžio komisijos narė J. Simonavičiūtė, KEPA (Klaipėda ID) vadovas S. Simanuskas. Atsisakyta išklaudyti merą V. Grubliauską. Komisijos posėdžiai buvo organizuojami nuo 15.00 val. ir baigiami 17.00 val. motyvuojant, kad valstybės tarnautojai negali dirbti viršvalandžių. Tarybos nariai privalėjo paklusti komisijos pirmininko ir merijos administracijos valiai. Tai sąlygojo skubotą pasikeitimą nuomonėmis po kviestų asmenų apklausos.

### 2. Dėl sprendimo atnaujinti prekės ženklą.

Administracija sprendimą atnaujinti prekės ženklą priėmė pagrįstai, remiantis miesto taryboje patvirtintų planavimo dokumentų pagrindu.

### 3. Dėl prekės ženklo pirkimo būdo teisėtumo.

2005 m. buvo perkamas ne paslaugos teikėjo sukurtas konkretus prekės ženklas (grafinis vaizdas) ar teisės į jį. Sutarties objektą sudarė Klaipėdos miesto prekės ženklo strategijos sukūrimas ir jos įgyvendinimas.

Prekės ženklas buvo tik vienas iš Sutarties objekto elementų, kuris turi derėti su analizės metu gautomis išvadomis ir pateiktais pasiūlymais, kuris turi būti inkorporuotas į visą miesto komunikacijos strategiją.

Komisija išvadose dėl prekės ženklo pirkimo būdo teisėtumo vadovavosi analizuodama viešųjų pirkimų organizavimo taisyklės ir ženklo svarstymo aplinkybes įvaizdžio komisijoje. Todėl įvaizdžio komisijos pastebėjimai ir rekomendacijos negali būti pagrindu vertinti pirminę nuostatą dėl pirkimo būdo pasirinkimo. Tad formaliai Administracija nepažeidė pirminės pirkimo organizavimo tvarkos ir pagrįstai organizavo pirkimą neskelbiamos apklausos būdu.

Iš įvaizdžio komisijos protokolų sunku nustatyti, jog „sukurtas naujas prekės ženklas, o ne atnaujintas 2005 m. sukurtas prekės ženklas“. Nors 2018-05-23 įvaizdžio komisijai pateikto prekės ženklo grafinis vaizdas pasikeitė, jis nėra laikytinas naujai sukurtu prekės ženklu. Tai išsamiai pagrįsta Savivaldybės pateiktoje teisinėje nuomonėje. Komisijos posėdžiuose tai nurodė V. Venckutė-Palaitienė bei S. Budinas. Tai savo rašte patvirtintino Lietuvos grafinio dizaino asociacijos pirmininkas Gediminas Lašas. (1 priedas)

Tyrimo metu nustebino faktai:

1. Sutartis su UAB „Alora“ pasirašyta 2017 m. spalio 23d. Pirmo darbų etapo užduotis

„ Parengti anaujintą Ženklą“ atlikta per 1 savaitę? Paslaugų priėmimo-perdavimo aktas pasirašytas 2017 m. spalio 31d.

2. Antro etapo darbų užduotis „Parengti Ženklo naudojimo vadovą“ atlikta per 2 savaites ? Paslaugų priėmimo- perdavimo aktas pasirašytas 2017 m. lapkričio 14 d.

3. Trečio etapo darbai užbaigti tik 2018 m. birželio 13d.

4. 2016 m. lapkričio 8d. Klaipėdos miesto savivaldybės administracija ir UAB „We Are Marketing“ sudarė paslaugos teikimo sutartį Nr.19-1926. Sutarties objektas- Klaipėdos miesto rinkodaros priemonių plano parengimo ir įgyvendinimo paslaugos. Užduoties techninėje specifikacijoje parašyta: Reikia atlikti Klaipėdos miesto savivaldos įstaigų prekės ženklo naudojimo auditą, pateikti situacijos vertinimą, suorganizuoti suinteresuotų šalių diskusiją dėl miesto tolesnės prekės ženklo strategijos.

5. UAB „Alora“ vadovas A.Vaupšas buvo kvietinis KEPS 2030 rinkodaros srities moderatorius. Teigiama, kad šiam darbui jį kvietė „We Are Marketing“

Tad komisijoje neišklausius S.Simanauską, A.Vaupšą, „We Are Marketing“ direktorių Julijų Kaknevičių liko neatsakyta :

1. Ar miesto prekės ženklo esminiams pokyčiams neturėjo įtakos darbai pagal ankstesnę paslaugos teikimo sutartį Nr.9-1926 ?

2. Kiek ženklo atnaujimo autoriams turėjo įtakos dalyvavimas ruošiant KEPS 2030 rinkodaros strategiją?

#### **4. Dėl mokėjimų, numatytų Sutartyje, pagrįstumo.**

Nemokėti už faktiškai atliktus darbus Administracijai pagrindo nebuvo. Tačiau atlikti darbai nebuvo tinkamai ir profesionaliai įvertinti specialistų nes:

1. 2017m. spalio 23d. pasirašytoje savivaldybės administracijos sutartyje Nr.J9-2323 su UAB „Alora“ Paslaugos gavėjas ( administracija) nėra nurodžiusi aiškių atliktų paslaugų priėmimo sąlygų.

2. Klaipėdos miesto Įvaizdžio komisija neturėjo įgaliojimų priimti galutinį sprendimą dėl prekės ženklo tinkamumo. Apsiribojo tik svarstymu ir rekomendacijomis.

3. Miesto meras V.Grubliauskas savo potvarkiu nesudarė planuotos Rinkodaros grupės, kuri būtų buvusi atsakinga už miesto įvaizdžio ir prekės ženklo kūrimo ir įgyvendinimo strategiją.

#### **5. Dėl atnaujinto prekės ženklo pristatymo**

Komisijos darbo metu man nepavyko išsiaiškinti, kodėl 2017m. lapkričio 14d. Paslaugų priėmimo – perdavimo akte patvirtintas faktas apie parengtą atnaujintą prekės ženklą „Klaipėda laisvu stiliumi“ buvo administracijai ir merijai viešai pristatytas tik 2018 m. gegužės 21d. Klausant kviestų tarnautojų, išaiškinimo gauti nepavyko, nes jie nutylėjo ir vengė konkrečių atsakymų.

Savivaldybės administracijos ir mero atstovai, dirbę Klaipėdos miesto Įvaizdžio komisijoje yra atsakingi, kad nesiėmė ryžtingų veiksmų laiku informuoti administracijos direktorių ir merą apie esminius Ženklo atnaujinimo pokyčius ir neigiamą specialistų nuomonę. Nebuvo vertinama galimybė stabdyti sutarties vykdymą.

#### **6. Dėl atsakomybės**

Nepritariu nuostatai, kad administracijos direktorius S.Budinas vienas yra asmeniškai atsakingas už susiklosčiusią situaciją dėl viešosios nuomonės apie miesto prekės ženklo atnaujinimą.

Komisijos narys

  
Algirdas Grublys

2018 12 10

Klaipėdos miesto tarybos nariui  
Algirdui Grubliui

## Dėl Klaipėdos miesto prekės ženklo.

Į jūsų pateiktus klausimus trumpai galėčiau atsakyti taip:

1. Ar UAB „Alora“ sukurtas Klaipėdos miesto prekės ženklas yra platformoje dribbble.com pristatomo dizainerio Daliaus Stuokos ženklo plagiatas?

Į šį klausimą gana tiksliai yra atsakęs Vilniaus dailės akademijos docentas Robertas Jucaitis (<https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/218899/specialistai-apie-klaipedos-logotipo-drama-24-tukst-euru-yra-normali-kaina>), kurio nuomonei galima pritarti. Klaipėdos miesto prekės ženklas, labiau tikėtina, yra savarankiškos kūrybos rezultatas, o panašumas į D. Stuokos ženklą greičiau atsitiktinis.

2. Ar tikslinga Klaipėdos miestui naudoti UAB „Aloros“ sukurtą Klaipėdos miesto prekės ženklą. Atsižvelgus į sukurtojo ženklo panašumo problematiką, kilusią neigiamą visuomenės reakciją, ženklo naudojimas gali kelti keblumų.

3. Klaipėdos miesto savivaldybė į UAB „Alora“ kreipėsi dėl Klaipėdos miesto prekės ženklo atnaujinimo. UAB „Alora“ pateikė naują Klaipėdos miesto prekės ženklą. Ar tokiu atveju UAB „Alora“ sukūrė naują ženklą ir tokiu būdu nukrypo nuo užduoties ar atnaujino Klaipėdos miesto prekės ženklą?

Iš Jūsų pateiktos medžiagos (ženklų projekto) matyti, kad buvo kuriamas ženklo atnaujinimas (rebrand, redesign), darbo tikslas buvo atnaujinti senąjį ženklą. (Plačiau žodžio *atnaujinti* reikšmę prašome žiūrėti lietuvių kalbos žodyne)

Sukurti gerą ženklą, atitinkantį įvairiapusių reikalavimus ir atspindintį miesto ar šalies pagrindines vertybes yra gana sudėtinga. Tai liudija ir bandymai sukurti Lietuvos prekės ženklą, kurie baigėsi nesėkme, nors atskiruose etapuose buvo pasitelkti ir tarptautiniu mastu žinomi specialistai.

Reikia atkreipti dėmesį, kad ženklo kūrimo procese užsakovas vaidina svarbų vaidmenį tiek nustatydamas dizainerio kūrybos ribas, tiek parenkant kryptį bei atrenkant variantus. Todėl, norint pasiekti gerą rezultatą, yra labai svarbus abiejų pusių susikalbėjimas.

Negalima vienareikšmiškai atsakyti į klausimą, ar UAB „Alora“ sukūrė naują ženklą ar tiesiog atnaujino Klaipėdos miesto ženklą. Žiūrint vien į UAB „Alora“ sukurto ženklo grafinę išraišką, galima sakyti, jog tai naujas ženklas, tačiau įsigilinus į pateiktą kūrybos proceso medžiagą, matoma, jog naujo ženklo sprendimas – natūrali kūrybinio proceso išdava. Kita vertus, naujo ženklo kokybė dažniausia nėra susijusi su tuo, kiek yra išlaikomas buvusio ženklo charakteris. Tai galima matyti ir pateiktuose keliuose įvairių pasaulio miestų logotipų atnaujinimo pavyzdžiuose (pridėtas failas *Miestu zenklai\_Atnaujinimo pvz.pdf*).

Klaipėdos miestas turi plačiai žinomą istorinį herbą. Galima svarstyti ir herbo ar jo adaptacijos naudojimo galimybes. Tiesa, praktika yra įvairi – miestai dažnai susikuria prekės ženklą, aktualų esamam laikotarpiui, kuris paprastai yra žymiai paslankesnis naudojimui ir nebūtinai turi būti ilgalaikis, ko negalima pasakyti apie herbą.

Lietuvos grafinio dizaino asociacija turi nemažą patirtį organizuojant valstybinės reikšmės ženklo kūrimo konkursus – ruošiant konkursų sąlygas, surenkant vertinimo komisiją ir kt. Man pačiam yra tekę dalyvauti daugelio konkursų organizavime, vertinimo komisijose, todėl gana gerai žinau viso šio proceso eigą bei kylančius klausimus.

Jei Klaipėdos miestas ketintų sugrįžti prie miesto prekės ženklo klausimų, LGDA galėtų konsultuoti bei suteikti pagalbą šiame sudėtingame darbe.

Pagarbiai,

Gediminas Lašas  
Lietuvos grafinio dizaino asociacijos pirmininkas

gediminas.lasas@lgda.lt  
+370 698 80125