Magiczny Kraków

Zasady prowadzenia współpracy międzynarodowej

2020-11-19

Rada Miasta Krakowa określa następujące zasady w prowadzeniu współpracy międzynarodowej przez Gminę Miasta Krakowa:

1. Zasada całościowego myślenia

Realizacja współpracy międzynarodowej przez Miasto ma na celu zaspokojenie potrzeb gminy i jej mieszkańców w najszerszym możliwym zakresie. Kierując się zasadą całościowego myślenia należy wykorzystać wszelkie korzyści, zarówno w wymiarze materialnym (np. pomoc instytucjom edukacyjnym, służbie zdrowia), jak i niematerialnym (np. promocja, informacja, know-how), jakie ta współpraca może przynieść Miastu i jego mieszkańcom. Oprócz niezbędnej spójności działania zasada ta uwzględnia także konsekwencję działań podejmowanych w dziedzinie współpracy międzynarodowej miasta.

2. Zasada współdziałania

Kształtowanie jednorodnej i harmonijnej współpracy międzynarodowej opiera się na skutecznej i korzystnej dla wszystkich stron współpracy z instytucjami i organizacjami społecznymi w celu maksymalizacji korzyści płynących dla miasta ze współpracy międzynarodowej, jej optymalizacji i redukcji kosztów.

3. Zasada pośrednictwa

Uznając autorytet władz samorządowych, które mają nie tylko najlepszą wiedzę o sprawach społeczeństwa, ale także cieszą się największym prestiżem wśród stowarzyszeń i instytucji miejskich, partnerzy zagraniczni zwracają się do władz miasta jako do pośrednika w sprawach nawiązania kontaktów z urzędem miasta i przedstawicielami różnych organizacji. Miasto w miarę możliwości pośrednicząc w nawiązaniu tych kontaktów, deleguje w części kompetencje dalszej współpracy na podmioty środowisk gospodarczych, społecznych i kulturalnych.

4. Zasada ofensywności

W realizacji współpracy międzynarodowej miasta należy aktywnie poszukiwać i pozyskiwać renomowanych partnerów zagranicznych, a nie ograniczać się jedynie do biernego oczekiwania na propozycje podmiotów zagranicznych.

5. Zasada jawności

Prowadzenie współpracy międzynarodowej przez samorząd powinno być jawne - ze względu na społeczny dostęp do informacji, realizowany za pomocą Biuletynu Informacji Publicznej, a także

możliwość zainteresowania szerokich kręgów społecznych udziałem w tej współpracy. Informacja ta powinna uzmysławiać, jak ważną rolę Kraków odgrywa w kontaktach międzynarodowych i jakie czerpie z tego korzyści. Zasada jawności powinna również umożliwiać społeczności lokalnej swobodne wypowiadanie się na temat celów i form współpracy międzynarodowej.

6. Zasada hierarchii potrzeb

Hierarchia potrzeb w dziedzinie współpracy międzynarodowej powinna służyć przemyślanej, prowadzonej zgodnie z priorytetami polityce miasta we wszystkich dziedzinach.

7. Zasada kompetencji

Współpraca międzynarodowa miasta powinna być oparta na znajomości realiów funkcjonowania partnera zagranicznego. Przy uwzględnieniu świadomości szczególnej pozycji Krakowa i elitarności jego marki zasada kompetencji dopuszcza metodę limitowania i hierarchizacji kontaktów międzynarodowych.

8. Zasada zgodności polityki samorządu z polityką zagraniczną państwa

Zasada ta nie oznacza uzależnienia polityki gminy od administracji państwowej, a jedynie wymaga przestrzegania międzynarodowego prawodawstwa i przyjętych zwyczajów w kontaktach z zagranicznymi partnerami. Niezależnie od tego przy prowadzeniu współpracy międzynarodowej przez miasto za nadrzędny należy uznawać interes narodowy.

9. Zasada zawierania umów partnerskich na czas określony

Zasada ta pozwala ocenić przydatność kontaktów międzynarodowych i w konsekwencji wyeliminować kontakty nieprzydatne dla miasta lub zbyt kosztowne w realizacji.

Rada Miasta Krakowa ustaliła następujące cele i priorytety we współpracy międzynarodowej Gminy Miejskiej Kraków:

Tematyczne:

1) Budowanie metropolitalnej pozycji Krakowa na arenie europejskiej.

2) Aktywizacja gospodarcza Krakowa przy szczególnym uwzględnieniu wysokich technologii i sfery usług turystycznych.

3) Przyciąganie inwestorów zagranicznych.

4) Zwiększanie ruchu turystycznego.

5) Pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej w ramach programów międzynarodowych

współfinansowanych przez Unię Europejską.

6) Wzmacnianie politycznej roli Krakowa jako łącznika Europy Zachodniej i Środkowo-Wschodniej z wykorzystaniem jego statusu jako „europolii".

7) Wykorzystywanie członkostwa Polski w Unii Europejskiej do lansowania Krakowa jako najbardziej reprezentatywnego miasta - wizytówki, identyfikowanego z Polską.

8) Aktywizacja udziału politycznego Krakowa na rzecz zwiększania roli polskich miast w decydowaniu o rozdziale funduszy strukturalnych UE w ramach polityki regionalnej (Komitet Regionów).

9) Wzmacnianie pozycji Krakowa na arenie międzynarodowej poprzez promocję dziedzictwa środkowo-europejskiego oraz jego wartości kulturowych.

10) Podnoszenie potencjału naukowego Krakowa poprzez zagraniczne staże szkoleniowe i wymiany specjalistów.

11) Kreowanie roli Krakowa jako potencjalnej siedziby organizacji i instytucji międzynarodowych, w szczególności reprezentujących Unię Europejską.

12) Kreowanie wizerunku Krakowa jako atrakcyjnego miejsca międzynarodowych konferencji, spotkań tematycznych, seminariów i wydarzeń kulturalno-promocyjnych, konkurencyjnego wobec innych miast w tej części Europy.

13) Utrzymywanie tradycyjnych związków kulturowych w obszarze Europy Środkowej i Wschodniej, w tym również ze środowiskami polskimi za granicą.

14) Przenoszenie na grunt krakowski sprawdzonych rozwiązań i doświadczeń miast zagranicznych, związanych z szeroko pojętym zarządzeniem miastem, z rozwiązywaniem narastających problemów społecznych a także z planowaniem przestrzennym dla zrównoważonego rozwoju Krakowa.

15) Aktywizowanie i wspieranie kontaktów między młodzieżą Krakowa i młodymi ludźmi za granicą.

Geograficzne:

1) Traktowanie Unii Europejskiej jako uprzywilejowanego obszaru współpracy międzynarodowej Krakowa.

2) Aktywizowanie i wspieranie kontaktów w obrębie Europy Środkowo - Wschodniej (Niemcy, Austria, Czechy, Słowacja, Węgry, Rosja, Ukraina, Białoruś, Litwa) i kreowanie roli Krakowa jako jednego z najważniejszych ośrodków w tym regionie z uwzględnieniem jego statusu jako „europolii".

3) Promowanie Krakowa na całym świecie, wykorzystywanie do tego celu wszystkich możliwości, utrwalanie wśród partnerów i przybyszów z zagranicy rosnącej wiedzy o Krakowie jako mieście o odrębnej, identyfikowalnej tożsamości i ugruntowanych funkcjach metropolitalnych, umacnianie „marki Krakowa".

Magiczny
Kraków