

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении конкурса на создание туристического бренда России

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение устанавливает порядок проведения и условия конкурса на создание туристического бренда России (далее – Конкурс).

1.2. Целью Конкурса является создание комбинированного обозначения (далее – Бренд), в состав которого входят изобразительные и словесные элементы и которое предназначено для обеспечения узнаваемости Российской Федерации как привлекательного туристического центра.

1.3. Конкурс проводится при участии Министерства культуры Российской Федерации и Ассоциации брендинговых компаний России.

1.4. Конкурс проводится в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

1.5. Официальный сайт Конкурса: <http://tourbrand.russia.travel/>. Сведения о процессе прохождения Конкурса и о его результатах размещаются на указанном сайте.

1.6. Конкурс является открытым.

1.7. Любое лицо и любая группа лиц вправе выразить свои пожелания в отношении Бренда на официальном сайте Конкурса.

2. Порядок проведения Конкурса

2.1. Сроки проведения Конкурса: с 1 июня 2016 г. по 28 сентября 2017 г. включительно.

2.2. Конкурс проводится в пять этапов:

первый этап: в срок с 1 июня 2016 по 15 августа 2016 включительно – работа Организационного комитета по формированию Брифа и Рабочих групп;

второй этап: в срок с 16 августа 2016 по 27 марта 2017 включительно – работа Рабочих групп по разработке конкурсных вариантов Бренда;

третий этап: в срок с 28 марта 2017 по 25 мая 2017 включительно – работа Экспертного совета по выбору десяти лучших конкурсных вариантов Бренда из числа разработанных Рабочими группами;

четвёртый этап, в срок с 1 июня 2017 по 15 августа 2017 включительно – выбор общественным голосованием трёх лучших конкурсных вариантов Бренда из десяти конкурсных вариантов Бренда, на официальном сайте Конкурса, выявленных на предыдущем этапе Конкурса;

пятый этап, в срок с 16 августа 2017 по 28 сентября включительно – работа Конкурсной комиссии по выбору одного лучшего конкурсного варианта Бренда из числа выбранных на предыдущем этапе Конкурса.

3. Организатор Конкурса

3.1. Организатором Конкурса является Федеральное агентство по туризму (далее – Организатор).

3.2. Организатор Конкурса не несёт ответственность за то, что участник конкурса и (или) его представитель не ознакомлен с настоящим Положением.

3.3. Организатор не несёт ответственности за неисполнение своих обязательств, а также за какие-либо прямые, косвенные или иные потери участников и (или) их представителей, связанные с участием в Конкурсе, если это неисполнение и (или) потери соответственно:

1). явилось результатом сбоев в телекоммуникационных и энергетических сетях, действий

вредоносных программ, а также недобросовестных действий третьих лиц, направленных на несанкционированный доступ и/или выведение из строя программного и (или) аппаратного комплекса и (или)

2). явилось следствием непредвиденных обстоятельств непреодолимой силы

3.4. Организатор не несёт ответственности за неполучение от участника и (или) его представителя необходимых сведений, в том числе по вине почтовой службы, организаций связи, за технические проблемы и (или) мошенничество в сети Интернет и (или) каналах связи, используемых при проведении Конкурса, а также за невозможность осуществления связи с участником и (или) его представителем из-за указанных им неверных или неактуальных контактных данных.

3.5. Организатор имеет право отказать участнику Конкурса в участии на любой стадии Конкурса, если этот участник предоставил о себе и (или) своём представителе недостоверную информацию или каким-либо другим образом нарушил настоящее Положение.

3.6. Организатор не несёт ответственности за копирование и распространение третьими лицами материалов конкурсных вариантов Бренда или их частей, размещённых на официальном сайте Конкурса.

3.7. Организатор оставляет за собой право досрочного прекращения и (или) временного приостановления Конкурса или голосования с обязательным уведомлением участников Конкурса посредством размещения информации на официальном сайте Конкурса.

3.8. Организатор вправе увеличить сроки или изменить порядок и условия проведения Конкурса, внося изменения в настоящее Положение.

4. Организационный комитет Конкурса

4.1. Организатор из представителей Министерства культуры Российской Федерации и Ассоциации брендинговых компаний России, а также иных лиц формирует Организационный комитет Конкурса.

4.2. Организационный комитет Конкурса:

- 1). формирует Рабочие группы, Экспертный совет Конкурса и Конкурсную комиссию,
- 2). разрабатывает Бриф – технические требования к Бренду, и, после согласования его с Организатором, размещает данный Бриф на официальном сайте Конкурса,
- 3). осуществляет организационно-техническое и информационное обеспечение Конкурса, в том числе организационно-техническое обеспечение работы Рабочих групп, Экспертного совета Конкурса и Конкурсной комиссии,
- 4). регистрирует конкурсные варианты Бренда, осуществляет их премодерацию,
- 5). обеспечивает приём пожеланий в отношении Бренда от посетителей официального сайта Конкурса и доведение их до сведения Рабочих групп,
- 6). обеспечивает освещение Конкурса в средствах массовой информации и на официальном сайте Конкурса,
- 7). обеспечивает тестирование конкурсных работ, выбранных по результатам четвёртого этапа Конкурса, и выявление среди них 3 лучших конкурсных вариантов Бренда.

5. Экспертный совет Конкурса

5.1. Организационный комитет Конкурса формирует Экспертный совет Конкурса. Состав Экспертного совета Конкурса утверждается Организатором.

5.2. Лицо, входящее в состав Экспертного совета Конкурса, не может входить в состав Конкурсной комиссии.

5.3. Экспертный совет Конкурса, руководствуясь положениями Брифа, обязан выбрать десять лучших конкурсных вариантов Бренда из числа разработанных Рабочими группами и представленных Экспертному совету Конкурса Организационным комитетом Конкурса.

5.4. Решения Экспертного совета Конкурса принимаются открытым голосованием большинством голосов присутствующих на соответствующем мероприятии и оформляются протоколом.

6. Конкурсная комиссия

6.1. Организационный комитет Конкурса формирует Конкурсную комиссию из лиц, осуществляющих профессиональную деятельность в сфере туризма, маркетинга, дизайна, рекламы и (или) пиар-кампаний, представителей Организатора и Министерства культуры РФ. Состав Конкурсной комиссии утверждается Организатором.

6.2. Конкурсная комиссия, руководствуясь положениями Брифа, обязана выбрать пять лучших конкурсных вариантов Бренда из числа выбранных Экспертным советом Конкурса.

6.3. Решения Конкурсной комиссии принимаются открытым голосованием большинством голосов и оформляются протоколом.

7. Участники Конкурса

7.1. К участию в конкурсе допускается любое юридическое лицо, применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1). оно зарегистрировано на территории Российской Федерации и осуществляет коммерческую деятельность в течение не менее чем трёх лет до дня подачи заявки на участие в Конкурсе,

2). не менее 50 % своего дохода оно получает от разработки потребительских, корпоративных, отраслевых, региональных и национальных брендов,

3). у него имеется портфолио проектов с кейсами запуска национальных брендов и социально ориентированных программ,

4). оно не находится в стадии банкротства или ликвидации, его деятельность не приостановлена, а также он не имеет обязательств, препятствующих участию в Конкурсе и (или) исполнению настоящего Положения,

5). у него отсутствует задолженность по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год.

7.2. Участник Конкурса имеет право принимать участие в Конкурсе только на условиях, определённых настоящим Положением.

7.3. Участник Конкурса за свой счёт несёт расходы, связанные с его участием в Конкурсе.

7.4. Участие в Конкурсе осуществляется участником только через своего представителя, действующего в соответствии с настоящим Положением в составе Рабочих групп.

7.5. Участник обязан:

1). В рамках трудовых отношений со своим работником делегировать его в качестве представителя для работы в составе Рабочих групп и обеспечить его работу в Рабочих группах в соответствии с настоящим Положением,

2). не пользоваться и не распоряжаться каким-либо не предусмотренным Положением способом работами, созданными на Конкурсе, и содержащимися в них результатами интеллектуальной деятельности,

3). по запросу Организационного комитета предоставлять дополнительные разъяснения и

документы в себя и (или) своего представителя.

7.6. Представителем участника может быть только работник, осуществляющий профессиональную деятельность в сфере маркетинга, дизайна, рекламы и (или) пиар-кампаний. От одного участника в Рабочие группы могут входить не более двух представителей.

7.7. Факт обращения лица с заявкой на участие в Конкурсе означает его согласие с настоящим Положением и подтверждение им того, что оно принимает соответствующие обязательства по настоящему Положению и соответствует требованиям п. 7.1 этого Положения.

7.8. Начало работы представителя участника в составе Рабочей группы означает его согласие с настоящим Положением и подтверждением им того, что он принимает соответствующие обязательства по настоящему Положению.

7.9. Участник конкурса и его представитель руководствуются принципами социальной ответственности и согласны с тем, что создание Бренда осуществляется безвозмездно, с безвозмездной передачей всех исключительных прав на Бренд государству на условиях настоящего Положения по факту создания Бренда.

8. Рабочие группы

8.1. Организационный комитет Конкурса формирует Рабочие группы, из лиц, которые являются представителями участников Конкурса, допущенных к участию в Конкурсе.

8.2. Рабочие группы в формате рабочей сессии «воркшоп» проводят открытые мероприятия по созданию, выбору, обсуждению и доработке конкурсных вариантов Бренда.

8.3. Состав каждой Рабочей группы, а также время и место её работы определяются Организационным комитетом и указываются на официальном сайте Конкурса не менее чем за 5 рабочих дней до даты такой работы.

8.4. Рабочие группы при осуществлении своей деятельности обязаны учитывать относимые и допустимые рекомендации, которые были даны посетителями официального сайта Конкурса в отношении Бренда.

9. Требования к конкурсным вариантам Бренда

9.1. Конкурсные варианты Бренда должны выражать идею как сущностное, смысловое наполнение Бренда, и содержать варианты выражающих идею слоганов и визуальных образов Бренда.

9.2. Содержание Бренда должно включать выраженную средствами художественного языка принадлежность к культурным, историческим ценностям Российской Федерации, отвечать назначению Бренда.

9.3. Бренд должен отвечать требованиям части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации, быть оригинальным и не должен воспроизводить или содержать:

1). элементы памятников, художественных работ и других произведений, охраняемых авторским правом, без согласия соответствующих правообладателей,

2). средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставлена правовая охрана,

3). бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения,

4). сведения, направленные на разжигание нетерпимости,

5). сведения, запрещённые к неограниченному публичному распространению в силу действующего законодательства Российской Федерации.

9.4. В Брифе могут содержаться дополнительные технические требования к Бренду.

9.5. Конкурсные варианты Бренда могут быть доработаны, изменены и использованы в целях

Конкурса без получения дополнительного согласия участников и (или) их представителей.

9.6. Конкурсные варианты Бренда оцениваются на соответствие условиям и требованиям Брифа. Они должны содержать идею туристического бренда, слоган туристического бренда, визуальный образ туристического бренда.

9.7. Идея туристического бренда должна раскрывать действительные преимущества и особенности страны как туристического направления, привлекательного для самых разных видов туризма, быть актуальной для различных сегментов аудитории и корректировать воспринимаемый образ России в благоприятную сторону. Предложения должны быть представлены в электронном виде и содержать: легенду в произвольной форме (краткое тезисное описание сути предлагаемой Идеи и её обоснование с чётким указанием уникальности и преимуществ бренда в контексте ожиданий аудитории и деклараций конкурентов бренда в коммуникационном пространстве), краткую формулировку Идеи (ёмкое определение, раскрывающее суть Идеи позиционирования бренда), условный иллюстративный ряд на образном и ассоциативном уровне поясняющий / раскрывающий суть предлагаемой Идеи.

9.8. Предложения в отношении Идеи будут оцениваться в соответствии со следующими критериями:

- Соответствие требованиям Брифа
- Оригинальность и степень дифференциации от деклараций конкурентов
- Потенциал для долговременного использования
- Потенциал для дальнейших креативных разработок, в т.ч. создания атрибутов
- Потенциал для дальнейшего использования вне коммуникационной сферы

9.9. Слоган бренда - краткое и ёмкое вербальное воплощение Идеи бренда, раскрывающее её суть и в лаконичной и привлекательной форме отражающее привлекательность России как туристического направления и / или побуждающее совершить нужное действие. Предложения в отношении Слогана должны быть представлены в электронном виде и содержать в себе варианты слогана на русском и английском языках.

9.10. Предложения в отношении Слогана будут оцениваться в соответствии со следующими критериями:

- Соответствие требованиям Брифа
- Охраноспособность

9.11. Визуальный образ - символика и основные константы фирменного стиля бренда (логотип, знак, дополнительные стилеобразующие элементы, цветовая гамма), раскрывающие на визуальном уровне суть Идеи бренда и обеспечивающие его идентификацию в визуальном коммуникационном пространстве.

9.12. Предложения должны быть представлены в электронном виде и содержать в себе: Описание идеи визуального решения, кириллическую и латинскую версии фирменного блока (логотип + знак), примеры использования визуальных атрибутов при оформлении различных условных носителей.

9.13. Предложения в отношении Визуального образа будут оцениваться в соответствии со следующими критериями:

- Соответствие требованиям Брифа
- Охраноспособность

9.14. Все конкурсные варианты Бренда, направляемые для рассмотрения в Экспертный совет, проходят премодерацию Организационным комитетом Конкурса. Решение о допуске работы к рассмотрению Экспертным советом принимается Организационным комитетом Конкурса самостоятельно и по собственному усмотрению. Любой вариант может быть

исключен если, по мнению Организационного комитета Конкурса он не соответствует требованиям настоящего Положения или техническим требованиям к Бренду, без объяснения причин и без уведомления кого-либо.

10. Участие в конкурсе

10.1. Для участия в Конкурсе необходимо ознакомиться и согласиться с настоящим Положением, и подать в Организационный комитет Конкурса заявку на участие в Конкурсе с приложением:

- 1). Копии свидетельства о государственной регистрации участника в качестве юридического лица,
- 2). Копии выписки из единого государственного реестра юридических лиц, содержащей сведения об участнике и выданной не ранее чем за тридцать календарных дней до дня подачи заявки на участие в Конкурсе,
- 3). Сведения о представителе, делегируемом для работы в составе Рабочей группы,
- 4). Документов, подтверждающих ознакомление представителя участника с настоящим Положением и его согласие работать в составе Рабочих групп на условиях настоящего Положения,
- 5). Доверенности или иных документов, подтверждающих полномочия на подписание заявки на участие в Конкурсе,
- 6). иных документов, которые участник сочтёт необходимыми предоставить, в том числе в целях подтверждения своего соответствия требованиям настоящего Положения.

10.2. Заявки на участие в Конкурсе подаются по форме, установленной в приложении № 1 к настоящему Положению.

10.3. Заявки принимаются в электронном виде. Приём заявок проводится до 31 июля 2016 года включительно по адресу: konkurs@russiatourism.ru.

10.4. Каждый участник может направить не более двух представителей. Замена представителя осуществляется только по согласованию с Организационным комитетом.

10.5. Все представители проходят премодерацию Организационным комитетом Конкурса. Решение о допуске представителя к работе в Рабочих группах принимается Организационным комитетом Конкурса самостоятельно и по собственному усмотрению. Любой представитель может быть отстранён от участия в Рабочих группах без объяснения причин и с уведомлением об этом соответствующего участника и предложением осуществить замену.

10.6. Конкурс не предусматривает выбор какого-либо победителя.

11. Права на результаты интеллектуальной деятельности

11.1. Организатору принадлежат (считаются переданными безвозмездно) все права, в том числе исключительные права на все конкурсные варианты Бренда с момента создания этих конкурсных вариантов. Организатор безвозмездно получает право в любой форме и любым не противоречащим закону способом, в том числе способами, предусмотренными в статьях 1229 и 1270 Гражданского кодекса Российской Федерации, использовать все и любые конкурсные варианты Бренда на территории всего мира, без ограничений по тиражам, границами и срокам.

При этом, не ограничиваясь перечисленным ниже, Организатор получает:

- 1). право использовать конкурсные варианты под именем участника, представителя участника либо без указания имени, то есть анонимно, по усмотрению Организатора,
- 2). право на обнародование конкурсных вариантов, на сообщение их в какой-либо форме или каким-либо способом неопределённому кругу лиц, на доведение их до всеобщего сведения,
- 3). право на воспроизведение конкурсных вариантов (тиражирование или иное

размножение, неоднократное придание конкурсным вариантам объективной формы, допускающим их функциональное использование) без ограничения тиража,

4). право на распространение экземпляров конкурсных вариантов любым способом: продавать, сдавать в прокат и так далее, включая право на импорт,

5). право на публичный показ и публичное исполнение конкурсных вариантов,

6). право на переработку конкурсных вариантов, на создание на их основе производных, сложных произведений, на внесение в конкурсные варианты изменений, сокращений и дополнений,

7). право на фрагментарное использование конкурсных вариантов любым образом, в том числе в виде отрывков в составе новых произведений,

8). право на перевод, дублирование конкурсных вариантов, на снабжение их при использовании другими материалами, иллюстрациями, предисловиями, послесловиями, комментариями или какими бы то ни было пояснениями,

9). право на сообщение конкурсных вариантов (включая показ, исполнение или передачу в эфир) для всеобщего сведения путём передачи в эфир и (или) последующей передачи в эфир, а также посредством спутника, по кабелю, проводам или с помощью иных аналогичных средств,

10). право на сообщение конкурсных вариантов таким образом, при котором любое лицо может иметь доступ к ним в интерактивном режиме из любого места и в любое время по своему выбору,

11). право на сублицензирование, на переуступку третьим лицам полностью или в части прав, полученных согласно настоящему Положению.

11.2. Участвуя в Конкурсе и в работе Рабочих групп, участник и его представитель гарантируют:

1). что они участвуют в Конкурсе и в создании конкурсных вариантов Бренда с распоряжением исключительными правами на эти конкурсные варианты Бренда в соответствии с условиями настоящего Положения,

2). что они обладают всеми правами, полномочиями, разрешениями и одобрениями, необходимыми для участия в Конкурсе и выполнения настоящего Положения,

3). что конкурсные варианты Бренда созданы и (или) создаются ими без нарушения действующего законодательства, без нарушения прав третьих лиц.

4). что Организатор и лица, которые прямо или косвенно получают от Организатора права в отношении конкурсных вариантов Бренда, не будут обязаны уплачивать вознаграждения, сборы и иные платежи каким-либо другим юридическим и физическим лицам в связи с использованием конкурсных вариантов Бренда и распоряжением правами на них.

11.3. Если какие-либо гарантии, из данных участником и его представителем, не соответствуют действительности, то участник и его представитель солидарно обязаны полностью возместить Организатору убытки, включая упущенную выгоду, и затраты, которые Организатор понесёт в связи с таким несоответствием.

11.4. Участник вправе на условиях безвозмездной, простой и неисключительной лицензии использовать конкурсный вариант Бренда, признанный лучшим по результатам шестого этапа Конкурса, в целях саморекламы при распространении сведений о себе как об участнике разработки Бренда.

11.5. Участник и его представитель безвозмездно отчуждают Организатору в полном объёме имеющиеся и возникающие у них исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в созданных с их участием конкурсных вариантах Бренда.

11.6. В случае необходимости и (или) по требованию Организатора участники и их представители обязаны совместно заключить договор с Организатором о безвозмездном отчуждении ему в полном объеме исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, созданные в связи с Конкурсом. Форма договора составляется и утверждается Организатором.

12. Заключительные положения

12.1. Настоящее Положение размещается на официальном сайте Конкурса, может быть изменено и/или дополнено Организатором в одностороннем порядке без какого-либо специального уведомления. Настоящее Положение является открытым и общедоступным документом.