

ПОЛОЖЕННЯ

про відкритий творчий конкурс на визначення розробника туристичного бренду і брендбуку для Київської області

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Положення про відкритий творчий конкурс на визначення розробника туристичного бренду і брендбуку для Київської області (далі – Положення) встановлює єдині вимоги щодо визначення кращої концепції ідеї бренду.

1.2. Концептуальна ідея бренду – ідея, яка відображає конкурентні переваги Київської області: туристичний, економічний та рекреаційний потенціал, географічне положення, історико-культурну унікальність (знакові об'єкти та особистості), ідентичність жителів Київщини, сучасний вектор розвитку області. Запропонована концепція бренду має бути націлена на:

- формування позитивного іміджу регіону в Україні та світі;
- позиціонування унікальних конкурентних переваг регіону на регіональному, національному та міжнародному рівнях;
- сприйняття та ретрансляцію її громадою.

1.3. Логотип – графічне відображення концептуальної ідеї, будь-яка комбінація позначень (емблема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів), яка здатна передати унікальність області та ідентифікувати її серед інших; постійний графічний, словесний, образотворчий або об'ємний знак, комбінований з зображенням, літерами, цифрами, словами або без них.

1.4. Логотип не замінює офіційну символіку міста (герб і прапор).

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КОНКУРСУ

2.1. Відкритий творчий конкурс на визначення розробника бренду і брендбуку для Київської області спрямований на створення концептуальної ідеї Київської області, що буде направлена на формування корпоративної культури області, просування позитивного іміджу області в Україні та за кордоном, використання в інформаційно-рекламних заходах, спрямованих на промоцію туристичного, культурного, економічного, наукового та соціального потенціалу області.

2.2. Завданнями Конкурсу є:

2.2.1. Залучення максимальної кількості учасників до розробки бренду і брендбуку для Київської області.

2.2.2. Визначення кращої концептуальної ідеї бренду Київщини, спрямованої на підвищення рекреаційно-туристичної та інвестиційної привабливості області на міському, регіональному, всеукраїнському та міжнародному рівнях.

2.2.3. Визначення кращого логотипу, як маркетингового інструменту для просування бренду Київщини, який може однаково успішно використовуватись:

- на інформаційно-рекламній продукції;
- на подарунково-сувенірній продукції;
- під час проведення ділових, наукових, туристичних та інших заходів (конгресів, фестивалів, концертів, ярмарок, виставок, тощо) на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях;

3. ЗАМОВНИК ТА ОРГАНІЗАТОР КОНКУРСУ

3.1. Замовником Конкурсу є Департамент економічного розвитку і торгівлі Київської обласної державної адміністрації (далі – Замовник), що реалізує проведення конкурсу згідно з державним замовленням UA-2019-08-29-000067-с у рамках Програми залучення інвестицій та поліпшення інвестиційного клімату в Київській області на 2019-2021 роки. Організатором Конкурсу виступає переможець торгів ТОВ “СІ ЕФ СІ БІГ АЙДІАС” (далі – Організатор).

3.2. Головними завданнями Організатора є:

3.2.1. Забезпечення проведення Конкурсу;

3.2.2. Створення Конкурсної комісії з підготовки та проведення Конкурсу.

3.2.3. Здійснення координації діяльності Конкурсної комісії та сприяння її роботі;

3.2.4. Визначення тематики Конкурсу;

3.2.5. Організація проведення інформаційно-роз'яснювальних заходів з метою популяризації Конкурсу;

3.2.6. Реєстрація заявок учасників Конкурсу, перевірка їх на відповідність встановленій формі і передача Конкурсній комісії для здійснення оцінювання;

3.2.7. Проведення нагородження переможців Конкурсу на підставі рішення Конкурсної комісії спільно з Замовником Конкурсу;

3.2.3. Якісне та вчасне консультування переможця з виробництва предметів сувенірної промоатрибутики.

3.3. Основною формою роботи Конкурсної комісії є засідання.

3.4. Засідання Конкурсної комісії є правомочним, якщо на ньому присутні не менше двох третіх його складу.

3.5. Рішення Конкурсної комісії приймається більшістю від присутніх членів шляхом відкритого голосування. У разі рівного розподілу голосів, головуючий має право вирішального голосу.

3.6. Члени Конкурсної комісії:

3.6.1. Беруть участь в обговоренні, розгляді та оцінюванні конкурсних робіт.

3.6.2. Забезпечують прийняття рішення про визначення переможця Конкурсу.

3.6.3. Мають право на ознайомлення з усіма матеріалами, поданими на Конкурс, а також на відображення своєї окремої думки у протоколі засідання.

3.6.4. Мають право відхилити конкурсну роботу, якщо вона не відповідає вимогам та суперечить чинному законодавству України.

3.6.5. Залишають за собою право на співробітництво з учасниками, які розробили перспективні ескізи логотипу, щодо надання, в разі необхідності додаткової пояснювальної інформації.

3.6.6. Зобов'язані дотримуватися норм чинного законодавства, об'єктивно та неупереджено розглядати конкурсні пропозиції.

3.7. До складу Конкурсної комісії входять співробітники КОДА, незалежні експерти в галузі маркетингу, брендингу, PR, дизайну

4. УМОВИ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ

4.1. У Конкурсі можуть брати участь всі громадяни України, незалежно від місця проживання чи сфери занять, або агенції чи компанії, що спеціалізуються на брендингу, маркетингу, дизайні, рекламно-інформаційних послугах.

4.2. Участь у Конкурсі безкоштовна.

4.3. Конкурсний комітет розміщує оголошення про початок Конкурсу, Положення про Конкурс та бланк заявки для участі в Конкурсі на офіційному сайті Київської обласної державної адміністрації (<http://koda.gov.ua>).

4.4. Конкурсні роботи з темою листа «Відкритий творчий конкурс на визначення розробника бренду і брендбуку для Київської області» надсилаються в електронному вигляді на пошту kyivregionbrand@gmail.com, зазначивши інформацію, що вимагається у Додатку 1.

4.5. Кожен учасник може подати необмежену кількість робіт.

4.6. Конкурсний комітет не несе відповідальності за несвоєчасне надходження, втрату чи пошкодження заявки.

4.7. Конкурс проводиться у 4 (чотири) етапи:

I етап: (08.11.19 - 22.11.19 до 23:59) прийом конкурсних робіт. Конкурсна комісія має право подовжити термін подачі конкурсних робіт, відтермінувавши II та III етапи на відповідну кількість днів.

II етап: (23.11.19 - 25.11.19 до 23:59) розгляд Конкурсною комісією конкурсних робіт та відбір до п'яти робіт з подальшим їх оприлюдненням на Facebook сторінці КОДА для інтернет-опитування .

III етап: (26.11.19 - 30.11.19 до 23:59) – інтернет-опитування мешканців Київської області.

IV етап: (02.12.19 до 15:00) - визначення і оприлюднення переможця Конкурсною комісією з урахуванням результатів Інтернет-опитування.

4.8. Оцінювання робіт:

Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою. Максимальна оцінка Конкурсної комісії 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів у інтернет- опитуванні отримує додаткових 30 балів.

4.9. Конкурсні роботи, які надійдуть несвоєчасно або не відповідатимуть технічному завданню Конкурсу, або оформлені з порушенням встановлених правил, до участі у Конкурсі не допускаються.

4.10. Конкурсні роботи, подані на Конкурс, не повертаються і не рецензуються.

4.11. Проведення Конкурсу супроводжується інформаційною кампанією за участю ЗМІ з метою об'єктивного, відкритого доступу до інформації про Конкурс та його безпосереднього відстеження громадськістю.

4.12. Факт участі у Конкурсі означає ознайомлення та повну згоду учасників з Положенням про конкурс.

5. ВИМОГИ ДО КОНКУРСНИХ РОБІТ

5.1. До участі в Конкурсі на I етапі допускаються конкурсні роботи, які включають наступні елементи:

5.1.1 Письмове обґрунтування щодо змісту концептуальної ідеї бренду (концептуальна пропозиція) – до 1 сторінки А4;

5.1.2 Графічне зображення логотипу (логотипів) (графічні елементи, образи, шрифти, кольорові рішення);

Графічний електронний файл зображень роздільною здатністю не менше 600 dpi з таким змістом:

- туристичний логотип області;
- кольорові рішення (відтворення в кольоровому, монохромному, рельєфному виконанні) надаються за бажанням;

5.1.3 Гасло.

- має бути сформульована українською та англійською мовами;
- має відображати описані переваги;
- має легко читатися, не містити важких для вимови слів та аббревіатур;
- не може містити жодних політичних або релігійних мотивів, комерційних посилань;
- має бути унікальним, не відтворювати гасла інших областей України та світу, міст України та світу, територій, комерційних брендів;
- має бути лаконічним.

5.2. Концептуальна ідея, логотип та гасло мають відображати образ області (Додаток 2).

5.3. Конкурсні роботи мають супроводжуватися заявою (Додаток 3), підписаною автором роботи, про згоду у разі перемоги на укладання договору про передачу Київській обласній державній адміністрації виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип та гасло.

5.4. На конкурс не допускається подання логотипів, гасел, права інтелектуальної власності на які (елементи яких) належать іншим власникам.

6. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ТА ПАРАМЕТРИ

6.1. На I етап Конкурсу учасники подають роботи у вигляді:

6.1.1. Окремий файл з туристичним логотипом у растровому або векторному форматах збереження графічної інформації.

6.1.2. Опис концептуальної пропозиції обсягом до однієї сторінки у форматі PDF. В описі пропозиції додати текст гасла українською та англійською мовами.

6.2. Назва конкурсної роботи (назва файла/файлів) повинна містити прізвище автора та номер варіанту (якщо від одного автора подано кілька ескізів).

7. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ

7.1. Оцінювання учасників Конкурсу здійснюють члени Конкурсної комісії.

7.2. Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою.

7.2.1. Максимальна оцінка членів Конкурсної комісії 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів в інтернет-опитуванні, отримує додаткових 30 балів та відповідно 20 та 10 додаткових балів за I – II – III місця відповідно). Сумарна максимальна оцінка 100 балів.

7.3. Засідання Конкурсної комісії проводяться в Київській обласній державній адміністрації за адресою м. Київ, пл. Лесі Українки, 1 у час, узгоджений з усіма членами Конкурсної комісії.

7.4. Алгоритм роботи членів Конкурсної комісії:

7.4.1 Кожен член Конкурсної комісії отримує у електронному вигляді надіслані на конкурс матеріали. До них додається оціночний лист (Додаток 4).

7.4.2. Ознайомившись із матеріалами, член Конкурсної комісії заповнює оціночний лист відповідно до Критеріїв оцінювання (Додаток 5).

7.4.3. Член Конкурсної комісії у спеціальній графі оціночного листа обґрунтовує свій вибір.

7.4.4. Заповнений оціночний лист експерт надає секретарю конкурсу у паперовому або сканованому вигляді з особистим підписом.

7.5. Результати роботи Конкурсної комісії оформляються протоколом засідання за підписом всіх членів Конкурсної комісії.

7.6. Рішення членів Конкурсної комісії фіксується в протоколі секретарем конкурсу.

7.6.1. Протокол засідання містить інформацію:

- дату, час та місце проведення;
- прізвища, імена та по батькові членів Конкурсної комісії;
- прізвища, імена та по батькові конкурсантів;
- результати голосування.

7.7. Конкурсна комісія на II етапі Конкурсу визначає до п'яти робіт-фіналістів на основі критеріїв оцінки та голосування членів Конкурсної комісії.

7.8. Обрані роботи фіналістів на III етапі конкурсу оприлюднюються у ЗМІ для проведення інтернет-опитування мешканців Київської області.

7.9. Переможцем конкурсу стає робота, яка отримала максимальну підсумкову кількість балів за результатами оцінки Конкурсної комісії та інтернет-опитування.

7.10. Рішення про переможця за результатами інтернет-опитування затверджується протоколом Конкурсної комісії.

7.11. Рішення Конкурсної комісії оскарженню не підлягає.

8. ПРИЗОВИЙ ФОНД ТА НАГОРОДЖЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ

8.1. Оголошення результатів Конкурсу оприлюднюються на офіційному сайті Київської обласної державної адміністрації (<http://koda.gov.ua>) та в ЗМІ.

8.2. Переможець конкурсу отримує всеукраїнське визнання як творця туристичного бренду Київщини та контракт на суму 250 000,00 грн (двісті п'ятдесят тисяч гривень) на розробку повноцінного брендбуку та виготовлення промоатрибутики (Додаток 6). З суми у 250 000,00 грн (двісті п'ятдесяти тисяч гривень) переможець зобов'язується оплатити виробництво брендбука накладом 300 примірників та

сувенірної промоатрибутики, відповідно до пункту Додатку 6 . Організатор надає сприяння у виробництві цієї сувенірної продукції та друку брендбуків.

8.3. Результати Конкурсу затверджує Київська обласна державна адміністрація.

9. АВТОРСЬКІ ПРАВА

9.1. Переможець Конкурсу зобов'язаний укласти з Київською обласною державною адміністрацією договір про передачу виключних майнових авторських та суміжних прав на розроблений логотип що включатиме надання виключного право на дозвіл або заборону його використання.

9.1.1. За договором, Переможець передає усі виключні майнові права інтелектуальної власності на всі об'єкти інтелектуальної власності, що будуть створені Переможцем для участі в Конкурсі, Замовнику. Вартість передачі виключних майнових прав інтелектуальної власності включається у суму вказану в пункті 8.2. цього Положення та є паушальним платежем.

9.2. У разі, якщо переможець Конкурсу протягом 5 днів з моменту оголошення результатів Конкурсу відмовляється укласти договір про передачу виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип, Конкурсна комісія може визначити переможцем наступного за кількістю голосів.

9.3. Конкурсна комісія гарантує не використовувати та не передавати третім особам ескізи логотипів, які були представлені на Конкурс, але не стали переможцями, без дозволу авторів ескізів логотипу.

9.4. Конкурсна комісія не несе ніяких зобов'язань щодо будь-яких прав третьої сторони.

9.5. Розроблений туристичний логотип Київщини призначений для вільного та безоплатного використання як онлайн, так і офлайн; як державними та муніципальними установами, так і бізнесом та окремими громадянами. Даний логотип стає предметом суспільного надбання з моменту його публічної презентації.

Додаток 1

**Форма заявки для участі
У відкритому творчому конкурсі на розроблення туристичного бренду і
брендбуку для Київської області**

Конкурсант _____
(ПІБ у разі якщо конкурсант є фізичною особою або назва юридичної особи)

Поштова адреса _____

Контактний телефон _____

Електронна адреса _____

Додаток 2

Що варто відобразити в бренді?

Центральною ідеєю бренду має бути значний туристичний потенціал Київської області.

Головне завдання бренду і комунікаційної стратегії - збільшення туристичного, інвестиційного потенціалу та покращення іміджу Київської області через розробку та популяризацію власного бренду.

Першочергові канали комунікації, в яких використовуватиметься айдентика:

- Соціальні мережі
- Регіональні та загальнонаціональні ЗМІ
- Міські події: фестивалі, виставки, покази мод, масові спортивні заходи
- Загальнонаціональні інвестиційні виставки та презентації
- Рекламні площини в місті та за його межами: білборди, сіті-лайти, рекламні табло, інформаційні плакати, міський транспорт
- Нова сувенірна продукція, речі постійного вжитку (напр. екторби)

Додаток 3

Заява

У разі перемоги на відкритому творчому конкурсі на визначення розробника бренду і брендбуку для Київської області даю згоду та зобов'язуюсь укласти договір про передачу Київській обласній державній адміністрації виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип та гасло, включаючи надання виключного право на дозвіл або заборону його використання.

_____ Підпис, дата _____ Конкурсант

Додаток 5

Критерії оцінювання робіт учасників відкритого творчого конкурсу на визначення розробника бренду і брендбуку для Київської області

Оціночна шкала:

1. Відповідність сформульованому в технічному завданні образу Київської області, стратегічним цілям стратегії розвитку області – до 30 балів;
2. Оригінальність / унікальність – ідея проекту має бути оригінальною за змістом концептуального та художнього рішення, відповідати меті і завданням Конкурсу; відрізнятись від інших існуючих символів (логотипів, слоганів та ін. знаків інших міст, територій, продуктів, послуг) – до 10 балів;
3. Динамічність – до 10 балів;
4. Лаконічність – проект повинен бути максимально простим у сприйнятті без перевантаження зайвою інформацією – до 10 балів;
5. Привабливість – пропонуванний проект повинен бути однаково естетично привабливим, як в кольоровому (художньому), так і чорно-білому (графічному) виконанні – до 10 балів;

Експерти оцінюють конкурсні роботи, визначають відповідність представлених проектів критеріям оцінки (максимальна оцінка 70 балів).

За результатами інтернет-опитування, роботи – переможці отримують до 30 балів (відповідно 30 – 20 – 10 додаткових балів за I – II – III місця відповідно). Сумарна максимальна оцінка 100 балів.

Додаток 6

Орієнтовне технічне завдання на розробку туристичного брендбуку Київської області, дизайн якого, у відповідності до умов конкурсу, переможець має розробити та надрукувати готовий брендбук накладом у 300 одиниць впродовж двох тижнів з дня оголошення його переможцем

Логотип

а) Концепція (опис). Концептуальний опис фірмового знаку як основного елемента фірмового стилю, зокрема пояснення, у який спосіб він вирішує поставлене завдання та відображає переваги міста для цільових аудиторій.

б) Візуальне рішення логотипу (допустиме колірне рішення, опис фірмового кольору (кольорів), чорно-біле рішення);

в) Умови відтворення фірмового знаку. Динамічні рішення в рамках сфер застосування :

- Екологія;
- Мобільність та безбар'єрність;
- Безпека;
- Соціальна відповідальність;
- Сучасне мистецтво/мистецькі події;
- Шопінг;
- Легка промисловість;
- Гастрономія (напрями харчова промисловість, ресторани, гастрономічні події);
- Логістика / Транспорт;
- Замки / Подорожі Київщиною;
- Спорт / Спортивні події;
- Житлове будівництво;
- Інновації / Технології;
- Інвестиції / Підприємництво / Партнерство.

г) Умови збільшення / зменшення фірмового знаку за допомогою масштабної сітки;

ґ) Умови комбінації логотипу з чужорідними графічними і текстовими об'єктами.

Фірмові кольори:

- а) Визначення фірмового кольору (кольорів);
- б) Умови використання і комбінування.

Фірмові шрифти:

- а) Визначення фірмового шрифту;
- б) Умови використання шрифту.

Розташування фірмового знаку на типових носіях:

- а) Бланк ділового листа, конверти, фірмова папка, бейджі, презентація;
- б) Внутрішня ідентифікація: табличка на двері, внутрішній інформатор;
- в) Поліграфія: вітальна листівка, плакат, буклет, карта міста;
- г) Зовнішня реклама, вуличні покажчики, міський електротранспорт (тролейбуси);
- г') Сувенірна продукція: горнятко, екторба, кепка, блокнот, тощо;
- д) Нашивки на одяг працівників комунальних служб;
- е) Кавер, зображення профіля для соцмереж (Facebook, Instagram, YouTube);
- є) Водяний знак для використання на фото та відеоматеріалах.

Вимоги щодо накладу візуальної промоційної продукції, яку, у відповідності до умов конкурсу, переможець має виготовити впродовж двох тижнів з дня оголошення його переможцем:

- а) брендбук - 300 одиниць;
- б) футболка чоловіча і жіноча розмірами S, M, L, XL - загалом 200 одиниць;
- в) ручка для письма - 500 одиниць;
- г) чашка об'ємом 300 мл - 200 одиниць;
- г') блокнот - 500 одиниць;

д) кепка (бейсболка) - 100 одиниць;

е) прозора наліпка - 300 одиниць;

є) гофрований стакан для кави - 4000 одиниць.