

# **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: [www.турбрендроссии.рф](http://www.турбрендроссии.рф). 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 июня 2016 г. по декабрь 2016 г. включительно.
- 2.2. Конкурс проводится в шесть этапов:
  - первый этап: в срок с 1 июня по 15 августа включительно – работа Организационного комитета по формированию Брифа и Рабочих групп,
  - второй этап: в срок с 16 августа по 23 сентября включительно – работа Рабочих групп по разработке конкурсных вариантов Бренда,
  - третий этап: в срок с 26 сентября по 10 октября включительно – работа Экспертного совета по выбору десяти лучших конкурсных вариантов Бренда из числа разработанных Рабочими группами,
  - четвёртый этап, в срок с 11 октября по 31 октября включительно – работа Конкурсной комиссии по выбору пяти конкурсных лучших конкурсных вариантов Бренда из числа выбранных Экспертным советом,
  - пятый этап, в срок с 1 ноября по 30 ноября включительно – работа Организационного комитета по тестированию конкурсных вариантов Бренда, выбранных Конкурсной комиссией на предыдущем этапе Конкурса, и по выявлению среди них трёх лучших конкурсных вариантов Бренда,
  - шестой этап, в срок с 1 декабря по 23 декабря включительно – выбор общественным голосованием лучшего конкурсного варианта Бренда из трёх конкурсных вариантов Бренда, на официальном сайте Конкурса, выявленных 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:
  - а). 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)

- б). 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:
  - а). формирует Рабочие группы, Экспертный совет Конкурса и Конкурсную комиссию,
  - б). разрабатывает Бриф – технические требования к Бренду, и, после согласования его с Организатором, размещает данный Бриф на официальном сайте Конкурса,
  - в). осуществляет организационно-техническое и информационное обеспечение Конкурса, в том числе организационно-техническое обеспечение работы Рабочих групп, Экспертного совета Конкурса и Конкурсной комиссии,
  - г). регистрирует конкурсные варианты Бренда, осуществляет их премодерацию,
  - д). обеспечивает приём пожеланий в отношении Бренда от посетителей официального сайта Конкурса и доведение их до сведения Рабочих групп,
  - е). обеспечивает освещение Конкурса в средствах массовой информации и на официальном сайте Конкурса,
  - ж). 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:
  - а). 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,
  - б). не менее 50 % своего дохода оно получает от разработки потребительских, корпоративных, отраслевых, региональных и национальных брендов,
  - в). у него имеется портфолио проектов с кейсами запуска национальных брендов и социально ориентированных программ,
  - г). 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,
  - д). 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:
  - а). 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,
  - б). не пользоваться и не распоряжаться каким-либо не предусмотренным Положением способом работами, созданными на Конкурсе, и содержащимися в них результатами интеллектуальной деятельности,
  - в). 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:
- а). элементы памятников, художественных работ и других произведений, охраняемых авторским правом, без согласия соответствующих правообладателей,
  - б). средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставлена правовая охрана,
  - в). бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения,
  - г). сведения, направленные на разжигание нетерпимости,
  - д). 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:

- а). Копии свидетельства о государственной регистрации участника в качестве юридического лица,
- б). 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,
- в). Сведения о представителе, делегируемом для работы в составе Рабочей группы,
- г). Документов, подтверждающих ознакомление представителя участника с настоящим Положением

- и его согласие работать в составе Рабочих групп на условиях настоящего Положения,
- д). Доверенности или иных документов, подтверждающих полномочия на подписание заявки на участие в Конкурсе,
  - е). 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 включительно по адресу: [konkurs@russiatourism.ru](mailto: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:

- а). право использовать конкурсные варианты под именем участника, представителя участника либо без указания имени, то есть анонимно, по усмотрению Организатора,
- б). 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,
- в). право на воспроизведение конкурсных вариантов (тиражирование или иное размножение, неоднократное придание конкурсным вариантам объективной формы, допускающим их функциональное использование) без ограничения тиража,
- г). право на распространение экземпляров конкурсных вариантов любым способом: продавать, сдавать в прокат и так далее, включая право на импорт,
- д). право на публичный показ и публичное исполнение конкурсных вариантов,
- е). право на переработку конкурсных вариантов, на создание на их основе производных, сложных произведений, на внесение в конкурсные варианты изменений, сокращений и дополнений,
- ж). право на фрагментарное использование конкурсных вариантов любым образом, в том числе в виде отрывков в составе новых произведений,
- з). право на перевод, дублирование конкурсных вариантов, на снабжение их при использовании другими материалами, иллюстрациями, предисловиями, послесловиями, комментариями или какими бы то ни было пояснениями,
- и). 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,
- к). 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,

л). 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:

а). 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,

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

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

г). 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 объёме 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.

**Федеральное агентство по туризму  
Организационный комитет Конкурса  
на создание туристического бренда России**

**ЗАЯВКА  
НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ  
на создание туристического бренда России**

Настоящим \_\_\_\_\_  
(полное наименование юридического лица с указанием организационно-правовой формы, ОГРН, адреса)  
заявляет о своём участии в конкурсе на создание туристического бренда России, организатором  
которого является Федеральное агентство по туризму.

Представителем названной организации для работы в Рабочих группах Конкурса  
направляется следующий работник этой организации: \_\_\_\_\_

(должность, имя,

\_\_\_\_\_)  
паспортные данные, контактный телефон, e-mail)

С Положением о конкурсе ознакомлены и согласны.

Полноту и достоверность сведений, указанных в настоящей заявке и прилагаемых  
документах, подтверждаем и гарантируем.

Координатор заявки со стороны участника: \_\_\_\_\_.

(должность, имя, контактный телефон, e-mail)

**Приложения:**

- а). копия свидетельства о государственной регистрации участника в качестве юридического лица,
- б). копия выписки из единого государственного реестра юридических лиц, содержащая сведения об участнике и выданная не ранее чем за тридцать календарных дней до дня подачи заявки на участие в Конкурсе,
- в). сведения о представителе, делегируемом для работы в составе Рабочих групп Конкурса,
- г). документ, подтверждающий ознакомление представителя участника с Положением о Конкурсе и его согласие работать в составе Рабочих групп на условиях Положения,
- д). доверенность или иные документы, подтверждающие полномочия на подписание заявки на участие в Конкурсе,
- е). иные документы, предоставляемые в целях подтверждения участником своего соответствия требованиям Положения о Конкурсе.

Подпись направляемого представителя

(должность, подпись, расшифровка подписи)

Подпись руководителя

юридического лица

(должность, подпись, расшифровка подписи)

МП

Дата « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.