УТВЕРЖДЕНО

Решение Гродненского районного исполнительного комитета

08.11.2021 №

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке проведения открытого конкурса по созданию концепции туристического бренда Гродненского района

Общие положения

 1. Настоящее Положение определяет порядок проведения открытого конкурса по созданию концепции туристического бренда Гродненского района.

 2. Организатор конкурса Гродненский районный исполнительный комитет (далее – райисполком).

 3. Финансирование осуществляется за счёт средств районного бюджета.

Цель и задачи конкурса

 4. Целью конкурса является создание визуального символа, графического знака (логотипа) и слогана (текстовой ассоциации) Гродненского района, основанных на территориальной, исторической, культурной идентичности, характерных отличиях и особенностях Гродненского района, для формирования бренда, который будет способствовать повышению туристической привлекательности района, узнаваемости во внешней среде, развитию социальной и туристической инфраструктуры, культурному и духовному возрождению, созданию позитивного и положительного имиджа Гродненского района.

 5. Задачами конкурса являются:

 5.1. определение лучшего, оригинально и качественно выполненного визуального эскиза логотипа совместно со слоганом, который станет основой для построения концепции бренда;

 5.2. повышение туристической привлекательности Гродненского района на международном рынке туристических услуг, увеличение потока туристов;

 5.3. укрепление самоидентификации жителей Гродненского района с уникальной историей и перспективным будущим;

 5.4. поиск визуальных решений бренда района с учетом интересов граждан всех возрастов;

 5.5. выявление и поощрение граждан, выражающих активную гражданскую позицию к судьбе и престижу родного района.

Условия участия в конкурсе (участники)

 6. Участниками конкурса могут быть граждане Республики Беларусь (возраст не ограничен) учащиеся, студенты, представители учреждений, предприятий, общественных организаций и объединений вне зависимости от организационно-правовой формы, иные физические лица, приславшие на конкурс свою заявку и представившие конкурсные материалы согласно техническому заданию (приложение 1). Каждому участнику необходимо также заполнить карточку участника (приложение 2).

 7. Проекты, представленные для участия в конкурсе, должны представлять собой актуальную работу по теме конкурса, содержать предложения по использованию и реализации туристического бренда.

 8. К участию в конкурсе допускаются дизайнерские проекты, как с индивидуальным, так и с коллективным авторством, процесс создания и реализации которых не противоречит законодательству.

 9. Участие в конкурсе является бесплатным.

Порядок проведения конкурса

 10. Конкурс проводится в четыре этапа:

10.1. Первый этап: информационный (сбор предложений, пакетов конкурсной документации, проведение консультаций потенциальных участников конкурса). Отбор материалов с точки зрения выполнения формальных требований конкурса.

 Заявки принимаются в электронном виде на почту: tourbrend@rik.by;

10.2. Второй этап: проведение голосования членов рабочей группы (жюри);

 10.3. Третий этап:проведение общественного интернет голосования на официальном сайте райисполкома grodnorik.gov.by.

 В четвертый этап проходят не более 12 лучших проектов по итогам результатов голосования членов рабочей группы (жюри) и общественного интернет голосования. По решению рабочей группы (жюри) количество отобранных работ может быть изменено;

10.4. Четвертый этап: лучшие по итогам голосования проекты проводят презентацию своих работ перед рабочей группой (жюри). Время и место презентации будут сообщены дополнительно. Объявляется победитель конкурса.

 11. Рабочая группа (жюри) определяет даты проведения этапов.

 12. Баллы по итогам голосования членов рабочей группы (жюри) распределяются следующим образом: 1 место (наибольшее количество голосов) – 24 балла, 2 место – 22 балла, 3 место – 20 баллов, 4 место – 18 баллов, 5 место – 16 баллов, 6 место – 14 баллов, 7 место – 12 баллов, 8 место – 10 баллов, 9 место – 8 баллов, 10 место – 6 баллов, 11 место – 4 балла, 12 место – 2 балла.

 Баллы по итогам общественного интернет голосования распределяются следующим образом: 1 место (наибольшее количество голосов) – 12 баллов, 2 место – 11 баллов, 3 место – 10 баллов, 4 место – 9 баллов, 5 место – 8 баллов, 6 место – 7 баллов, 7 место – 6 баллов, 8 место – 5 баллов, 9 место – 4 балла, 10 место – 3 балла, 11 место – 2 балла, 12 место – 1 балл.

 13. Итоговый результат после третьего этапа: определяется по итогам суммы баллов всех членов рабочей группы (жюри), выставленной каждому участнику.

 14. Победителем конкурса признается участник с наибольшим количеством баллов по итогам четвертого этапа конкурса (без учёта ранее полученных баллов). В случае равенства баллов и при наличии спорных моментов, конечное решение по выбору победителя принимается рабочей группой (жюри) конкурса.

 15. Результаты конкурса сообщаются в письменной форме всем участникам конкурса и размещаются на официальном сайте райисполкома grodnorik.gov.by.

 16. С победителем конкурса заключается договор о передаче райисполкому исключительных прав на использование бренда в качестве единого образца, в том числе права на публичное воспроизведение, тиражирование, использование логотипа и слогана.

 17. По решению рабочей группы срок проведения конкурса может быть продлен. Условия продления срока проведения конкурса определяются участниками рабочей группы (жюри).

 18. В случае продления срока проведения конкурса, на официальном сайте райисполкома grodnorik.gov.by размещается официальная информация об условиях его проведения.

Рабочая группа (жюри)

 19. Для оценки конкурсных работ райисполком создаёт рабочую группу (жюри), которая состоит из представителей райисполкома, учебных заведений, туристических фирм, профессиональных журналистов, краеведов, историков, экскурсоводов, специалистов в сфере туризма.

 20. Каждый проект оценивается по критериям, определённым в приложении 3 по 10 балльной шкале. 10 – максимальный балл, 1 – минимальный балл.

Награждение победителя

 21. Победитель конкурса награждается грамотой председателя райисполкома.

 22. Участникам конкурса вручаются сертификаты.

Приложение 1

к Положению о порядке проведения открытого конкурса по созданию концепции туристического

бренда Гродненского района

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1.Разработка эскиза логотипа (оригинальный визуальный образ, привлекающий внимание с простыми и понятными образами; изображение должно быть четким и понятным, как в большом, так и в малом размере).

2. Разработка слогана (краткое вербальное воплощение идеи бренда на русском, белорусском и английском языке; должен быть легко читаем и не содержать труднопроизносимых слов).

3. Предложения по реализации концепции бренда с её описанием: оригинальная идея, развитие туристического бренда в долгосрочной перспективе, направления развития, варианты брендированной продукции.

4. Туристический бренд должен отвечать следующим требованиям:

 отражать комплекс устойчивых представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о Гродненском районе;

 быть уникальным, адаптивным, креативным;

 легко запоминающимся;

 иметь простоту исполнения.

Приложение 2

к Положению о порядке проведения открытого конкурса по созданию концепции туристического

бренда Гродненского района

Карточка участника

|  |  |
| --- | --- |
| Автор/авторы (ФИО, место работы или учёбы, должность) |  |
| Контактное лицо (для авторских коллективов) ФИО, телефон рабочий и мобильный, адрес электронной почты |  |
| Организация (место работы, учёбы) |   |
| Краткое описание идеи |  |
| Логотип |   |
| Слоган |  |
| Я ознакомился с положением конкурса и принимаю его условия проведения. Обязуюсь следовать всем задачам, требованиям конкурса, а также не предъявлять претензий по результатам конкурса\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ подпись расшифровка подписи |

Приложение 3

к Положению о порядке проведения открытого конкурса по созданию концепции туристического

бренда Гродненского района

Критерии оценки концепции туристического бренда

Гродненского района

 \* система оценки балльная, 10 – наивысший балл, 1 – наименьший

 отражение комплекса устойчивых представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о Гродненском районе: исторических, культурных, социальных; важно помнить, что логотип должен соответствовать набору положительных восприятий в воображении туриста о Гродненском районе;

 ассоциативность: визуальная составляющая логотипа, его шрифт и цвет должны вызывать исключительно уместные ассоциации и создавать правильный и точный образ, который соответствует общей тематике логотипа в целом «Гродненский район туристический», форма логотипа не допускает скрытых негативных толкований;

запоминаемость:логотип должен символизировать какие-либо определённые качества района, чёткий и значимый набор ценностей и атрибутов или характеристики как об информации, способной сохраниться в памяти туриста; удачное сочетание визуального ряда и надписи помогает узнавать и идентифицировать логотип;

 уникальность: выразительное сочетание цвета, шрифта и визуальных элементов составляет индивидуальность, уникальность и оригинальность логотипа;

простота: здесь очень подходит выражение «лучше меньше да лучше», нужно использовать только самый необходимый минимум, чтобы визуальные элементы не выглядели перегруженными и отличались простотой и ясностью;

креативность: скрытый смысл или послание в логотипе должно быть оригинальным, с творческим подходом, инновационным; причем это послание должно быть простым и понятным, потому, что если человек увидит эту изюминку, то наверняка оценит это и запомнит логотип;

адаптивность:логотип воспроизводится без утраты значения на любых носителях; его можно воссоздавать, как в цветном, так и черно-белом варианте, размещать на различных носителях и в любом формате (бумага, экран, металл, камень и т.д.).