ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ директора Департаменту

культури, молоді та спорту

Житомирської обласної

державної адміністрації

_____№_____

ПОЛОЖЕННЯ
про відкритий творчий конкурс з розробки туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Положення про відкритий творчий конкурс з розробки туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області (далі – Положення) встановлює єдині вимоги щодо визначення кращої концепції ідеї бренду, включно з логотипом.

1.2. Концептуальна ідея бренду – ідея, яка відображає унікальні конкурентні переваги Житомирської області: географічне положення, історико-культурну унікальність (знакові об’єкти та особистості), туристичний потенціал, ідентичність, сучасний вектор розвитку області.

Запропонована концепція туристичного бренду має бути націлена на:

● формування позитивного іміджу регіону в Україні та світі;

● позиціонування унікальних конкурентних переваг регіону на національному та міжнародному рівнях;

• сприйняття та ретрансляцію його жителями області.

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 ідентифікуватиме 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 області (герб і прапор).

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КОНКУРСУ

2.1. Відкритий творчий конкурс з розробки туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області (далі – Конкурс) спрямований на створення концептуальної ідеї туристичної Житомирщини, що буде направлена на формування корпоративної культурно-туристичної привабливості області, просування позитивного іміджу області в Україні та за кордоном, використовуватиметься в інформаційно-рекламних заходах, спрямованих на промоцію туристичного, культурного, економічного та соціального потенціалу області.

2.2. Завданнями Конкурсу є:

2.2.1 Визначення кращої концептуальної ідеї туристичного бренду Житомирщини, спрямованої на підвищення туристичної та інвестиційної привабливості області на всеукраїнському та міжнародному рівнях.

2.2.2. Створення умов для доступної участі та залученню більшої кількості учасників до розробки туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області.

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

● на інформаційно-рекламній продукції;

● на подарунково-сувенірній продукції;

● під час проведення туристичних, ділових, культурних та інших заходів (конгресів, фестивалів, концертів, ярмарок, виставок, тощо) на місцевому, національному та міжнародному рівнях;

• на дороговказах та інших предметах маркування інфраструктурних об’єктів туристичної галузі;

3. УМОВИ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ

3.1. У Конкурсі можуть брати участь як фізичні, так і юридичні особи.

3.2. Участь у Конкурсі безкоштовна.

3.3. Оргкомітет розміщує оголошення про початок Конкурсу, Положення про Конкурс та бланк заяви для участі в Конкурсі на офіційних сайтах Житомирської облдержадміністрації, Департаменту культури, молоді та спорту Житомирської облдержадміністрації, Обласного туристичного інформаційного центру (https://oda.zht.gov.ua/, http://dkmsztoda.com.ua/index.php?do=cat&category=novini, http://www.tic.zt.ua/).

3.4. Конкурсні роботи з позначкою «Конкурс з розробки туристичного логотипу Житомирської області» надсилаються в електронному вигляді на пошту dkms@kmsdep.zht.gov.ua вказавши інформацію, що зазначена у Додатку 1.

3.5. Кожен учасник може подати необмежену кількість робіт.

3.6. Оргкомітет не несе відповідальності за несвоєчасне надходження, втрату чи пошкодження заявки.

3.7. Конкурс проводиться у V етапів:

I етап: (24.09.21– 18.10.21 до 17.00) – прийом конкурсних робіт. Оргкомітет має право подовжити термін подачі конкурсних робіт, відтермінувавши II - V етапи на відповідну кількість днів.

II етап: (19.10.21 - 22.10.21) – розгляд Конкурсною комісією конкурсних робіт та відбір чотирьох пів-фіналістів.

III етап - пів-фінал (25.10.21–29.10.21) – відбір оргкомітетом в рамках відкритої бренд-сесії, двох основних концептуальних ідей (з логотипом та брендбуком включно).

IV етап - фінал (01.11.21–07.11.21) – оприлюднення конкурсних робіт двох фіналістів (презентація логотипів за участю ЗМІ) та онлайн-голосування за найкращий туристичний логотип та брендбук Житомирської області протягом 7 днів.

V етап: (08.11.21 до 16.00) - визначення і оприлюднення переможця Конкурсною комісією з урахуванням результатів Інтернет-опитування.

3.8. Оцінювання робіт: Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою. Максимальна оцінка експертної ради 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів онлайн отримує додаткових 30 балів (30 – 20 додаткових балів за I – II місця відповідно).

3.9. Конкурсні роботи, які надійдуть несвоєчасно або не відповідатимуть умовам Конкурсу зазначеним у п.п. 3.4., 4.1. та розділі 5 до участі у Конкурсі не допускаються.

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

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

3.12. Факт участі у Конкурсі означає ознайомлення та повну згоду Учасників з Положенням про конкурс.

4. ВИМОГИ ДО КОНКУРСНИХ РОБІТ

4.1. До участі в Конкурсі на ІІ етапі допускаються конкурсні роботи (концептуальні ідеї), які включають наступні елементи:

4.1.1. Проєкт брендбуку Житомирської області, що міститиме:

- ідеологічну частину;

- графічну частину, яка включатиме графічне зображення туристичного логотипу (логотипів) області; (графічні елементи, образи, шрифти, кольорові рішення); гасло

4.1.2. Письмове обґрунтування щодо змісту ідеї туристичного логотипу – до 1 сторінки А4.

4.2. Концептуальна ідея брендбуку, логотип та гасло мають відображати туристичний образ області та умови зазначені у додатку 2.

4.3. Конкурсні роботи мають супроводжуватися заявою (Додаток 3), підписаною автором роботи, про згоду у разі перемоги на укладання договору про передачу Департаменту культури, молоді та спорту Житомирської обласної державної адміністрації виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип та гасло.

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

4.5. До участі у ІІІ етапі Конкурсу допускаються лише ті конкурсні роботи, автори яких врахували всі зауваження та пропозиції від Оргкомітету на ІІ етапі.

5. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ТА ПАРАМЕТРИ

5. 1. Концептуальна пропозиція має містити:

5.1.1. Презентацію у форматі Microsoft Power Point або PDF до 15 слайдів.

5.1.2. Опис концептуальної пропозиції у форматі PDF.

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

5.3. Мають бути надані приклади візуального поєднання логотипу з офіційною символікою області та нанесення на різноманітні предмети, наприклад, друковані видання, сувенірну продукцію, вивіски та матеріали (папір, картон, скло, дерево, метал, кераміку), а також застосування на веб-ресурсах, фото, відео – матеріалах тощо;

5.4. Логотип має бути відтворений у кольоровому, монохромному, рельєфному виконанні (наприклад: повнокольорове зображення на білому тлі; чорно-біле зображення на білому тлі; кольорове зображення на чорному тлі; чорно-біле зображення на чорному тлі тощо).

5.5. Гасло - має бути сформульовано українською та англійською мовами та:

- має легко читатися, не містити важких для вимови слів та абревіатур;

- не може містити жодних політичних або релігійних мотивів, комерційних посилань;

- має бути унікальним, не відтворювати гасла інших областей, міст України та світу, комерційних брендів тощо;

- має бути лаконічним.

5.6. На ІІІ етап Конкурсу учасники подають роботи:

5.6.1. У растровому форматі файлів (*jpeg, *tif, *png+альфа, *psd) з роздільністю не менше 600 dpi у 2-х розмірах (10 см по найменшій стороні та 1 см по найменшій стороні);

5.6.2. У векторному форматі файлів (*cdr, *eps, *ai).

6. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ

6.1. Оцінювання учасників Конкурсу здійснюють члени Оргкомітету.

6.2. Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою.

6.2.1. Максимальна оцінка від членів Оргкомітету - 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів в онлайн голосуванні, отримує додаткових 30 балів (30 – 20 додаткових балів за I – II місця відповідно).

6.3. Алгоритм роботи членів Оргкомітету:

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

6.3.2. Ознайомившись із матеріалам, член Оргкомітету заповнює оціночний лист відповідно до Критеріїв оцінювання робіт учасників відкритого творчого конкурсу з розробки туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області (Додаток 4).

6.3.3. Член Оргкомітету у спеціальній графі оціночного листа може надати розгорнуте обґрунтування свого вибору.

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

6.4. Оргкомітет на II етапі Конкурсу визначає чотири роботи - фіналістів на основі критеріїв оцінки та голосування членів Оргкомітету.

6.5. Вибрані та доопрацьовані роботи фіналістів допускаються до III етапу Конкурсу (пів фінал) на якому обираються дві роботи - фіналісти на основі критеріїв оцінки та голосування членів Оргкомітету.

6.6. Роботи фіналістів на IV етапі конкурсу оприлюднюються у ЗМІ з метою проведення опитування громадської думки та онлайн-голосування.

6.7. Переможцем конкурсу вважається робота, яка отримала максимальну підсумкову кількість балів за результатами оцінки Оргкомітету та онлайн голосування.

6.8. Рішення про переможця онлайн-голосування затверджується протоколом Оргкомітету.

7. ПРИЗОВИЙ ФОНД ТА НАГОРОДЖЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ

7.1. Оголошення результатів Конкурсу оприлюднюється на офіційному сайті Житомирської обласної державної адміністрації та в засобах масової інформації.

7.2. Переможець конкурсу отримує всеукраїнське визнання як творця туристичного бренду Житомирщини, диплом переможця конкурсу та грошову винагороду у розмірі 90 тис.грн (з урахуванням податків та зборів).

7.3. З отриманої переможцем грошової винагороди, він зобов’язується оплатити виробництво брендбука та сувенірної промо-атрибутики, відповідно до Додатку 2 .

7.4. Розпорядженням голови Житомирської обласної державної адміністрації затверджується туристичний логотип Житомирської області для його подальшого практичного використання.

8. АВТОРСЬКІ ПРАВА

8.1. Переможець Конкурсу зобов'язаний укласти з Департаментом культури, молоді та спорту Житомирської облдержадміністрації договір про передачу виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип.

8.2. Виключні майнові авторські та суміжні права, а саме виключне право на використання логотипу переможця і виключне право на дозвіл або заборону використання логотипу переможця передаються Департаменту культури, молоді та спорту Житомирської облдержадміністрації.

8.3. У разі, якщо переможець Конкурсу протягом 30 днів з моменту оголошення результатів Конкурсу відмовляється укласти договір про передачу виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип, Оргкомітет визначає переможцем наступного за кількістю голосів.

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

8.5. Оргкомітет не несе ніяких зобов'язань щодо будь-яких прав третьої сторони.