



## КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

---

### ПРИКАЗ

от 29.04.2022 № 11-од  
г.ПСКОВ

О проведении открытого конкурса  
«Туристический бренд Псковской области»

В соответствии с Государственной программой Псковской области «Культура, сохранение культурного наследия и развитие туризма на территории области», утвержденной постановлением Администрации области от 28.10.2013 г. № 501, на основании Положения о Комитете по туризму Псковской области, утвержденного постановлением Администрации области от 29.12.2018 № 488, с целью формирования благоприятного, узнаваемого туристского имиджа Псковской области и повышения конкурентоспособности туристского имиджа Псковской области и повышения конкурентоспособности туристского имиджа региона на рынке туристских услуг, а также увеличения внутреннего и въездного туристского потока Псковской области **приказываю:**

1. Провести в период с 16 мая 2022 года по 30 августа 2022 года открытый конкурс «Туристический бренд Псковской области».

2. Утвердить прилагаемые:

состав экспертного совета по оценке конкурсных работ открытого конкурса «Туристический бренд Псковской области» согласно приложению № 1 к настоящему приказу;

состав конкурсной комиссии по оценке конкурсных работ открытого конкурса «Туристический бренд Псковской области» согласно приложению № 2 к настоящему приказу;

положение о проведении открытого конкурса «Туристический бренд Псковской области» согласно приложению № 3 к настоящему приказу.

3. Ответственность за проведение конкурса «Туристический бренд Псковской области» возложить на Белобородову Ю.В.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Председатель Комитета



М.В.Егорова

### Состав

#### Экспертного совета по оценке конкурсных работ открытого конкурса «Туристический бренд Псковской области»

Егорова Марина Валериевна	Председатель комитета по туризму Псковской области Председатель Экспертного совета
Семашко Лариса Николаевна	Директор ГАУ ПО «Туристский информационный центр» Секретарь Экспертного совета
<i>Члены Экспертного совета</i>	
Васильченко Анастасия Владимировна	Арт-директор маркетингового агентства «Лес» (по согласованию)
Белякова Наталья Юрьевна	Партнер Центра стратегического консалтинга, эксперт Комитета по туризму Государственной Думы РФ (по согласованию)
Мостовникова Виктория Владимировна	Графический дизайнер (по согласованию)
Станкевич Сергей Александрович	директор архитектурного бюро Stankevich.design (по согласованию)
Мельникова Светлана Евгеньевна	Генеральный директор ФГБУК «Псково- Изборский объединенный музей- заповедник» (по согласованию)
Василевич Георгий Николаевич	Директор ФГБУК Государственный мемориальный историко-литературный и природно-ландшафтный музей- заповедник А.С. Пушкина «Михайловское (по согласованию)
Ильина Наталья Анатольевна	Ректор ФГБУО ВО «Псковский государственный университет» (по согласованию)

### Состав

Конкурсной комиссии по оценке конкурсных работ открытого конкурса  
«Туристический бренд Псковской области»

Егорова Марина Валериевна	Председатель комитета по туризму Псковской области Председатель Конкурсной комиссии
Семашко Лариса Николаевна	Директор ГАУ ПО «Туристский информационный центр» Секретарь Экспертного совета
<i>Члены комиссии</i>	
Заруцкий Антон Анатольевич	Первый заместитель председателя Комитета по охране объектов культурного наследия Псковской области (по согласованию)
Шапкин Евгений Юрьевич	Главный архитектор Псковской области – начальник Управления архитектуры и градостроительства Администрации Псковской области (по согласованию)
Михеев Андрей Сергеевич	Председатель комитета по экономическому развитию и инвестиционной политике Псковской области (по согласованию)
Койнаш Алина Сергеевна	начальник отдела культурной политики Комитета по культуре Псковской области (по согласованию)
Селецкая Елена Евгеньевна	Председатель Общественного совета по туризму (по согласованию)

## **ПОЛОЖЕНИЕ**

### **о проведении открытого конкурса «Туристический бренд Псковской области»**

#### **1. Общие положения**

1.1. Настоящее положение (далее – Положение) устанавливает порядок проведения и условия открытого конкурса на создание туристического бренда Псковской области (далее – Конкурс).

1.2. Положение определяет:

общие параметры Конкура;

требования к участникам Конкурса;

сроки и этапы проведения Конкурса;

порядок представления и рассмотрение конкурсных заявок.

1.3. В Положении используются следующие понятия:

бриф (далее – Бриф) – техническое задание Конкурса, развёрнутое описание требований Организатора Конкурса к разрабатываемым участниками Конкурсным работам;

конкурс – процедура отбора лучшей конкурсной работы из представленных на Конкурс участниками;

конкурсная работа – электронный документ, представленный Организатору конкурса с учётом требований Положения и Брифа, посредством заполнения форм на официальном сайте Конкурса <http://visit.pskov.ru>, а также документы в соответствии с разделом 8 Положения;

критерии оценки – критерии, в соответствии с которыми Экспертный совет, Конкурсная комиссия оценивают и сопоставляют между собой представленные участниками конкурсные работы;

технический отбор – отбор заявок участников Организатором Конкурса на предмет их соответствия предъявляемым требованиям к конкурсной работе;

туристический бренд (далее – Бренд) – комплексная программа по созданию произведения по средствам транслирующих ее графических элементов (изображение Бренда – логотип и слоган), определяющих специфику визуальной (невербальной) составляющей Бренда, а также концепцию данного произведения, целью которой является позиционирование территории и повышение её потребительской ценности;

участники Конкурса (далее – Участники) – физические лица (старше 18 лет), индивидуальные предприниматели, юридические лица (за исключением государственных (муниципальных) учреждений).

1.4. Конкурс проводится в целях формирования имиджа Псковской области, повышения конкурентоспособности туристской индустрии региона на российском и мировом рынках туристских услуг.

1.5. Задачами Конкурса являются:

привлечение общественности к развитию туризма на территории Псковской области;

выявление современных и креативных идей, концепций, авторских и профессиональных разработок и объектов для их последующего использования в области туристского брендинга Псковской области;

устойчивое развитие индустрии туризма, повышение привлекательности территории Псковской области как туристического центра;

объединение туристской индустрии Псковской области под единым Брендом;

формирование целостного образа региона, создание привлекательного и понятного для целевой аудитории Бренда региона.

## **2. Организатор Конкурса**

2.1. Организатором конкурса являются: Комитет по туризму Псковской области.

2.2. Организатор осуществляет следующие функции:

осуществляет организационно-техническое и информационное обеспечение Конкурса, в том числе разработку Брифа (Приложение № 3 к Положению);

обеспечивает подготовку и размещение на официальном сайте и в средствах массовой информации о Конкурсе и его результатах;

формирует Экспертный совет;

формирует Конкурсную комиссию;

регистрирует заявки на участие в Конкурсе, осуществляет их технический отбор;

осуществляет проверку результатов интернет-голосования;

проводит конкурсные процедуры.

2.3. Организатор имеет право отказать Участнику в участии на любой стадии Конкурса, если Участник предоставил о себе, авторском праве, правах третьих лиц недостоверную информацию или каким-либо другим образом нарушил Положение.

2.4. Организатор конкурса не несет ответственности за копирование и распространение третьими лицами материалов конкурсной работы или её частей, размещенных участниками на сайтах или других источниках информации.

2.5. 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.

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

2.7. Организатор обязуется провести Конкурс, по результатам которого будет определен победитель Конкурса, либо сообщить об отсутствии такового.

2.8. Организатор Конкурса не несет ответственность за не ознакомление Участников с Положением.

2.9. Организатор не несет ответственности за неисполнение своих обязательств, явившихся 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.

2.10. Организатор не несет ответственности за неисполнение своих обязательств, а также за какие-либо прямые, косвенные, особые потери Участников, связанные с участием в Конкурсе, если исполнение обязательств явилось следствием непредвиденных обстоятельств непреодолимой силы.

2.11. Организатор не несет ответственности за неполучение от участника необходимых сведений, в том числе по вине почтовой службы, организаций связи, за технические проблемы и/или мошенничества в сети Интернет и/или каналов связи, используемых при проведении Конкурса, а также за невозможность осуществления связи с Участником из-за указанных неверных или неактуальных контактных данных.

### **3. Экспертный совет**

3.1. Организатор Конкурса формирует и утверждает Экспертный совет, его председателя и секретаря (без права голоса).

3.2. Организатор Конкурса формирует Экспертный совет из лиц, осуществляющих профессиональную деятельность в сфере туризма, маркетинга, дизайна, рекламы, в количестве не менее 5 человек.

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

3.4. Экспертный совет Конкурса, руководствуясь Положением, Брифом и критериями оценки (Приложение № 2 к Положению), обязан выбрать семь лучших конкурсных работ.

3.5. Решения Экспертного совета Конкурса принимаются на заседании закрытым голосованием. Количество присутствующих на заседании членов Экспертного совета должно составлять не менее 50% от утвержденного состава. Голосование осуществляется путём заполнения бюллетеней. В случае равенства голосов голос председателя Экспертного совета является решающим. Заседания Экспертного совета, изученные мнения, принятые решения и результаты голосований отражаются в протоколе заседания Экспертного совета.

3.6. Члены Экспертного совета участвуют в заседании лично. Заседание считается правомочным, если на нем присутствует не менее половины её списочного состава.

3.7. Экспертный совет вправе принимать решения без проведения заседания путем проведения заочного голосования. При заочном голосовании



решение является легитимным, если в голосовании участвовало не менее 50% списочного состава. Такие решения оформляются протоколом заочного голосования, который подписывается председателем Экспертного совета, секретарем экспертного совета и членами Экспертного совета, принявшими участие в заочном голосовании.

3.8. Каждый член Экспертного совета осуществляет оценку проектов по утвержденным критериям в соответствии с Приложением № 2 к Положению. По каждому критерию каждый присутствующий на заседании член Экспертного совета должен поставить количество баллов от 1 до 5 в соответствии с Приложением № 2.

3.9. Секретарь Экспертного совета суммирует баллы и размещает информацию о количестве баллов по каждой конкурсной работе в протоколе заседания Экспертного совета.

3.10. Победителем является конкурсная работа, набравшая наибольшее количество баллов.

3.11. В случае, если равное максимальное количество баллов получили две и более конкурсные работы, проводится дополнительное голосование членами Экспертного совета и выбирается Победитель среди набравших максимальное количество баллов по критериям:

формирование целостного образа, выражающего туристский потенциал Псковской области, создание привлекательного и понятного для целевой аудитории Бренда региона;

соответствие ключевым направлениям и современным трендам графического дизайна и Брендинга в России и мире;

возможность практического использования Бренда и/или его элементов.

#### **4. Процедура интернет-голосования**

4.1. В целях выявления общественного мнения проводится интернет-голосование.

4.2. Интернет-голосование проводится гласно, открыто в онлайн-режиме с 01 августа 2022 года по 12 августа 2022 года.

4.3. Для участия в интернет-голосовании необходимо с помощью специального баннера на сайте <http://visit.pskov.ru>, странице в социальных сетях [vk.com/infopunktpskov](https://vk.com/infopunktpskov), перейти в раздел Интернет-голосование, в

котором можно ознакомиться с конкурсной работой и в форме для голосования кликнуть по понравившейся конкурсной работе.

4.4. Победителем интернет-голосования становится Участник, набравший наибольшее количество голосов посетителей сайта. В целях достижения объективности результатов запрещено голосовать несколько раз с одного IP.

4.5. При осуществлении оценки конкурсных работ Конкурсной комиссией победителю интернет-голосования будут начислены дополнительно 5 баллов.

## **5. Конкурсная комиссия**

5.1. Организатор Конкурса формирует и утверждает состав Конкурсной комиссии, её председателя и секретаря (без права голоса).

5.2. Конкурсная комиссия формируется из представителей Организатора, органов исполнительной государственной власти Псковской области, представителей сферы туризма.

5.3. Конкурсная комиссия, руководствуясь Положением, Брифом и критериями оценки (приложение № 2 к Положению), обязана выбрать победителя из числа выбранных Экспертным советом конкурсных работ.

5.4. Решения Конкурсной комиссии принимаются на заседаниях закрытым голосованием, которое осуществляется путём заполнения бюллетеней. Количество присутствующих на заседании членов Конкурсной комиссии должно составлять не менее 50% от утвержденного состава. В случае равенства голосов голос председателя Конкурсной комиссии является решающим. Заседания Конкурсной комиссии, озвученные мнения, принятые решения и результаты голосований отражаются в протоколе заседания Конкурсной комиссии.

5.5. Члены Конкурсной комиссии участвуют в заседаниях лично. При заочном голосовании решение является легитимным, если в голосовании участвовало не менее 50% списочного состава.

5.6. Каждый член Конкурсной комиссии осуществляет оценку проектов по утвержденным критериям в соответствии с Приложением № 2 к Положению. По каждому критерию каждый присутствующий на заседании член Конкурсной комиссии должен поставить количество баллов от 1 до 5 в соответствии с Приложением № 2.

5.7. Секретарь Конкурсной комиссии суммирует баллы и размещает информацию о количестве баллов по каждой конкурсной работе в протоколе заседания Конкурсной комиссии.

5.8. Победителем является конкурсная работа, набравшая наибольшее количество баллов.

6. В случае, если равное максимальное количество баллов получили две и более конкурсные работы, проводится дополнительное голосование членами Конкурсной комиссии и выбирается Победитель среди набравших максимальное количество баллов по критериям:

формирование целостного образа, выражающего туристский потенциал Псковской области, создание привлекательного и понятного для целевой аудитории Бренда региона;

соответствие ключевым направлениям и современным трендам графического дизайна и Брендинга в России и мире;

возможность практического использования Бренда и/или его элементов.

## **7. Участники Конкурса**

7.1. К участию в Конкурсе допускаются физические лица (старше 18 лет), индивидуальные предприниматели, юридические лица (за исключением государственных (муниципальных) учреждений).

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

7.3. Участник может представить на Конкурс не более 1 конкурсной работы.

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

7.5. Участник обязан:

не пользоваться и не распоряжаться конкурсной работой каким-либо непредусмотренным Положением способом и содержащимися в них результатами интеллектуальной деятельности;

по запросу организатора представлять дополнительные разъяснения и документы самостоятельно (или через своего представителя) посредством электронной почты на e-mail Организатора [inforpunktpskov@yandex.ru](mailto:inforpunktpskov@yandex.ru)

6.6. Факт обращения лица с заявкой на участие в Конкурсе означает его согласие с Положением и подтверждением им того, что он принимает соответствующие обязательства по Положению.

6.7. Конкурсная работа должна быть создана творческим трудом одного или нескольких физических лиц, которые признаются её авторами или соавторами соответственно.

6.8. В случае, если в качестве Участника выступает юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, конкурсные работы которых создаются творческим трудом физических лиц, работающих по трудовому и/или гражданско-правовому договору, Участник обязан предоставить подтверждение передачи авторами исключительных прав на конкурсную работу в его собственность.

6.9. Участник гарантирует, что конкурсная работа создана его творческим трудом или творческим трудом его работников и не является объектом интеллектуальной собственности третьих лиц.

6.10. Участник, не ставший победителем Конкурса, обязуется не использовать конкурсную работу до его завершения.

## **8. Порядок приёма конкурсных работ и этапы проведения конкурса**

8.1. Информация о проведении Конкурса размещается на официальном сайте Конкурса: <http://visit.pskov.ru>, в социальных сетях [vk.com/infopunktpskov](https://vk.com/infopunktpskov)

8.2. Для подачи конкурсной работы на участие в Конкурсе Участнику необходимо зайти на официальный сайт Конкурса <http://visit.pskov.ru> и подать заявку путём перехода по ссылке «Подать заявку» и заполнения всех полей соответствующей формы заявки.

8.3. Приём конкурсных работ проводится с 09 часов 00 минут (время московское) 16 мая 2022 года до 18 часов 00 минут (время московское) 24 июня 2022 года. Координатор: Семашко Лариса Николаевна, контактный тел.: +7-953-242-57-00

8.4. Регистрация Участников происходит на основании поданной заявки.

8.5. Конкурсные работы, поступившие по истечении срока, установленного п. 7.3. положения, к участию в Конкурсе не принимаются.

8.6. Конкурс проводится в четыре этапа:

первый этап – 16 мая – 24 июня 2022 года – прием заявок, консультационная поддержка Участников Конкурса;

второй этап – 04 июля – 25 июля 2022 года – проведение экспертной оценки, определение 7 лучших конкурсных работ, из числа представленных, для проведения следующего этапа Конкурса;

третий этап – 01 августа – 12 августа 2022 года – проведение интернет-голосования на сайте Конкурса <http://visit.pskov.ru>;

четвертый этап – 18 августа – 30 августа 2022 года – проведение оценки 7 конкурсных работ Конкурсной комиссией, определение победителя.

Извещение о месте и времени проведения церемонии награждения будет размещено на официальном сайте Конкурса.

8.7. Регистрация участников Конкурса происходит на основании поданной заявки;

8.8. После окончания срока подачи заявок все конкурсные работы, направляемые на рассмотрение, проходят технический отбор Организатором на соответствие поданной заявки и документов предъявляемым требованиям. Решение о допуске работы к рассмотрению Экспертного совета принимается Организатором самостоятельно и по собственному усмотрению. Любой вариант может быть исключен, если, по мнению организатора, он не соответствует требованиям положения или техническим требованиям к Бренду.

8.9. Организатор имеет право отказать в регистрации по следующим основаниям:

заявка не соответствует требованиям, предъявляемым Организатором;

заявка не прошла технический отбор Организатором;

один и тот же Участник подал более одной заявки;

заявка подана с нарушением сроков подачи, указанных в п. 7.3.,

Положения.

8.10. Не позднее 5 (пяти) рабочих дней с момента завершения приёма заявок, организатор информирует всех Участников о регистрации или об отказе в регистрации путём направления им письма посредством электронной связи на адрес, указанный в заявке Участника.

8.11. Если Участник (должностное лицо или сотрудник Участника) является аффилированным лицом:

по отношению к члену Экспертного совета, Конкурсной комиссии, а также к физическому лицу, подчиненному члену Экспертного совета, Конкурсной комиссии по должностному положению;

по отношению к лицу, осуществляющему функции единоличного исполнительного органа, или члену коллегиального исполнительного органа Организатора (включая каждого его соисполнителя, субподрядчика и консультанта в рамках проведения Конкурса), а также физическому лицу, подчиненному такому лицу по должностному положению (при этом для целей данного пункта физическое лицо не признается подчиненным определенному лицу по должностному положению, если трудовая функция такого лица составляет исключительно осуществление научной, преподавательской или иной творческой деятельности), которые для целей данного пункта признаются способными влиять на результат Конкурса, такой Участник может быть признан обладающим возможностью влиять на результат Конкурса.

7.12. При наличии оснований, предусмотренных пунктом 7.11. Положения, Участник обязан представить организатору письмо о раскрытии в зависимости от момента возникновения соответствующих оснований:

при наличии оснований, возникших на момент подачи заявки – в состав заявки;

при наличии оснований, возникших после предоставления заявки – немедленно после их возникновения.

7.13. Письмо о раскрытии составляется в свободной форме и должно содержать:

указание на основание, по которому Участник может быть признан обладающим возможностью влиять на исход Конкурса в соответствии с пунктом 7.11., в том числе на лицо, с которым связан Участник;

характер связи – основание, по которому Участник является или может быть признан аффилированным лицом соответствующего лица;

особенности связи – любые дополнительные сведения о соответствующей связи, которые по мнению Участника могут быть полезны для оценки действительных возможностей Участника влиять на исход Конкурса.

7.14. Письмо о раскрытии подлежит обязательной регистрации.

Непредставление Участником письма о раскрытии, когда в соответствии с п.7.11. Положения это является обязательным, является безусловным основанием для дисквалификации Участника.

## **9. Содержание конкурсной работы**

9.1. Конкурсная работа включает в себя:

Заявку по форме, установленной приложением № 1 к Положению;

Изображение Бренда (логотип и слоган;

Описание коммуникаций Бренд;

Концепцию Бренда.

Требования, предъявляемые к конкурсной работе, содержатся в Брифе (приложение № 3 к Положению).

## **10. Оценка конкурсных работ**

10.1. Поступившие на Конкурс конкурсные работы оцениваются Экспертным советом, Конкурсной комиссией. Каждый член Экспертного совета, Конкурсной комиссии осуществляет оценку конкурсных работ по утвержденным критериям в соответствии с Приложением № 2 к Положению. По каждому критерию каждый присутствующий на заседании член Экспертного совета, Конкурсной комиссии должен поставить количество баллов от 1 до 5 в соответствии с Приложением № 2.

10.2. Экспертный совет, Конкурсная комиссия вправе затребовать от участников Конкурса дополнительные разъяснения положений поданных ими конкурсных работ.

10.3. Результаты второго – четвертого этапов Конкурса размещаются на официальном сайте Конкурса.

10.4. Определение победителя осуществляется Конкурсной комиссией.

10.5. Победителем Конкурса признается участник Конкурса, набравший наибольшее количество баллов согласно утвержденным критериям в Приложении № 2 к Положению и п.10.1. настоящего Положения.

10.6. Победитель Конкурса передает Организатору изображение Бренда в формате векторной графики (CoralDraw).

## **11. Права на интеллектуальную собственность**

11.1. Положение разработано с учётом действующего законодательства Российской Федерации, в частности, части 4 ГК РФ.

11.2. Права на результаты интеллектуальной деятельности принадлежат Организатору (считаются переданными безвозмездно), в том числе исключительные права на все конкурсные работы Бренда с момента подачи заявки на участие в Конкурсе. Организатор безвозмездно получает право в любой форме и любым непротиворечащим закону способом, в том числе способами, предусмотренными статьями 1229 и 1270 Гражданского кодекса Российской Федерации, использовать все и любые конкурсные работы Бренда на территории всего мира, без ограничений по тиражам, границами и срокам.

11.3. Участвуя в Конкурсе, Участник гарантирует:

что он участвует в Конкурсе и в создании конкурсных работ с распоряжением исключительными правами на эти конкурсные работы в соответствии с условиями Положения;

что он обладает всеми правами, полномочиями, разрешениями и одобрениями, необходимыми для участия в Конкурсе и выполнения условий Положения;

что конкурсные работы созданы и (или) создаются ими без нарушения действующего законодательства, без нарушения прав третьих лиц;

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

## **12. Признание Конкурса несостоявшимся**

12.1. Конкурс признается несостоявшимся в случае, если в Конкурсе зарегистрировано менее 7 (семи) участников.

12.2. При наступлении основания, предусмотренного пунктом 11.1.1. Положения, Организатор публикует сообщение на официальном сайте Конкурса о признании Конкурса несостоявшимся.

12.3. Конкурс признается несостоявшимся с момента опубликования такого сообщения.

## **12. Правила подачи и рассмотрения апелляций**

12.1. По результатам каждого из этапов Конкурса участник имеет право



подать в Конкурсную комиссию письменное заявление о нарушении, по его мнению, установленного порядка проведения Конкурса (далее - апелляция).

12.2. Текст апелляции составляется участником в свободной форме с указанием причин своего несогласия с результатами, а также приложением необходимых подтверждающих документов, и направляется в Конкурсную комиссию в течение 24 часов со дня оглашения результатов Конкурса.

12.3. Конкурсная комиссия обеспечивает объективное рассмотрение всех апелляций.

12.4. Рассмотрение апелляции не является повторным участием в Конкурсе.

12.5. По результатам рассмотрения апелляции Конкурсной комиссией выносятся одно из следующих решений:

об удовлетворении апелляции путем пересчета результатов оценки конкурсной работы с учетом обнаруженной ошибки, либо повышения результатов;

о неудовлетворении апелляции путем оставления результатов без изменения, либо признания оснований подачи апелляции недостаточными.

12.6. Место и время проведения рассмотрения апелляций определяется Конкурсной комиссией. При рассмотрении апелляций имеют право присутствовать только участники Конкурса, подавшие апелляцию, и их законные представители.

12.7. Решения по апелляции принимаются большинством голосов членов Конкурсной комиссии открытым голосованием и оформляются в виде протокола. При равенстве голосов решающий голос имеет Председатель Конкурсной комиссии.

12.10. Решения по апелляции публикуются на сайте Организатора Конкурса <http://visit.pskov.ru> в течении 24 часов со дня проведения процедуры апелляции.

12.11. Решения по апелляции могут быть оспорены в суде в соответствии с законодательством Российской Федерации.

### **13. Заключительные положения**

13.1. На базе победившей в Конкурсе работы будет разработан официальный брендбук Бренда Псковской области.

13.2. Победитель Конкурса награждается ценным подарком в размере 150 000 (Сто пятьдесят тысяч) рублей и дипломом победителя.

13.3. Выплата производится в рамках финансирования на реализацию мероприятий подпрограммы «Туризм» Государственной программы Псковской области «Культура, сохранение культурного наследия и развитие туризма на территории области».

13.4. Участники, прошедшие отбор второго этапа Конкурса, не занявшие призовое место, поощряются сертификатами участника Конкурса.

**ЗАЯВКА**  
**на участие в открытом конкурсе**  
**«Туристический бренд Псковской области»**  
**(для физических лиц)**

1. Ф.И.О. (полностью) \_\_\_\_\_
2. Паспортные данные физического лица \_\_\_\_\_
3. Почтовый адрес \_\_\_\_\_
4. Телефон \_\_\_\_\_
5. Электронный адрес \_\_\_\_\_
6. Согласие на обработку персональных данных.

Прошу принять представленную работу для участия в конкурсе по разработке туристического бренда Псковской области.

С условиями Конкурса ознакомлен и принимаю его условия.

Приложение: материалы согласно разделу 3 «Требования к конкурсным работам» Положения о проведении конкурса по разработке туристического бренда Псковской области.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_  
(дата)

Приложение:

1. Конкурсная работа (изображение Бренда, описание коммуникаций Бренда, концепция Бренда)
2. Копии документов:
  - копия паспорта,
  - копия ИНН (при наличии)
  - копия СНИЛС.

**ЗАЯВКА**  
**на участие в открытом конкурсе**  
**«Туристический бренд Псковской области»**  
**(для юридических лиц/индивидуальных предпринимателей)**

1. Полное наименование организации (участника)/индивидуального предпринимателя
2. Номер ИНН, ОГРН организации/свидетельства о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя
3. Ф.И.О., должность руководителя организации/индивидуального предпринимателя
4. Контактное лицо (Ф.И.О. (полностью), должность)
5. Тел.: \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_
6. Сайт: \_\_\_\_\_
7. Адрес местонахождения юридического лица \_\_\_\_\_
8. Согласие на обработку персональных данных.

Просит включить в число участников конкурса по разработке туристического бренда Псковской области.

Приложение: материалы согласно разделу 3 «Требования к конкурсным работам» Положения о проведении конкурса по разработке туристического бренда Псковской области.

\_\_\_\_\_  
(наименование должности)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(расшифровка)

М.П.

\_\_\_\_\_  
(дата)

Приложение:

1. Конкурсная работа (изображение Бренда, описание коммуникаций Бренда, концепция Бренда)
2. Копии документов:
  - копия свидетельства ОГРН и ИНН/копия свидетельства о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя и свидетельства о постановке на учет в налоговом органе,
  - копия Устава.

**Приложение № 2**  
к Положению о проведении  
открытого конкурса «Туристический бренд  
Псковской области»

**Критерии оценки конкурсной работы**

№ п/п	Наименование критерия оценки	Субъект оценки критерия	Количество баллов
1	2	3	4
1.	Соответствие конкурсной работы и комплекта документов конкурсной работы требованиям Брифа и налагаемых ограничений	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
2.	Формирование целостного образа, выражающего туристский потенциал Псковской области, создание привлекательного и понятного для целевой аудитории Бренда региона	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
3.	Обеспечение стилистического единства полиграфической и рекламно-сувенирной продукции, документации и прочих носителей	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
4.	Соответствие ключевым направлениям и современным трендам графического дизайна и Брендинга в России и мире	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
5.	Оригинальность, новизна и эстетическая привлекательность предложенных в конкурсной работе решений на различные поверхности	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
6.	Соответствие описания концепции Бренда изображению	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
7.	Возможность практического использования Бренда и/или его элементов	Экспертный совет/Конкурсная комиссия	1-5
	Максимальное количество баллов		35

## **БРИФ**

### **Предмет Конкурса**

Предметом Конкурса является разработка Бренда, включающая в себя:

**1. Изображение Бренда**, состоящее из логотипа и слогана:

1.1. Изобразительное обозначение (логотип-графический знак, символ), которое должно включать выраженную средствами художественного языка принадлежность к культурным, историческим ценностям Псковской области, должно удовлетворять требованиям части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ч. 4 ГК РФ), быть оригинальным и не должно воспроизводить или содержать элементы работ других авторов или художественных работ, памятников и других произведений, охраняемых авторским правом без согласия правообладателя.

1.2. Словесное обозначение (слоган – написанное название Бренда) должно быть кратким (не более 4 слов), оригинальным и не должно содержать цитаты других авторов или художественных работ, охраняемых авторским правом без согласия правообладателя.

Изображение Бренда представляется в электронном виде в формате TIFF, JPEG или PDF, с разрешением 1920\*1800, не более 100 Мб.

**2. Концепцию Бренда**, которая должна включать платформу, константы фирменного стиля, графические элементы, а также стандарты и рекомендации по их применению в целях формирования целостного и единообразного Бренда.

2.1. Платформа Бренда:

- видение будущей концепции;
- ценности, миссия, позиционирование, характер, цели.

2.2. Фирменный блок, работы сочетания составляющих фирменного блока (русский и английский)

2.3. Фирменные цвета

- основные цвета;
- цветовые версии логотипа;
- рекомендованные цветовые сочетания и отношения.

2.4. Фирменные шрифты (русский и английский)

- работы начертаний,
- примеры использования.

2.5. Визуальные и смысловые элементы.

Концепция Бренда предоставляется в электронном виде в формате TIFF, JPEG или PDF, с разрешением 1920\*1800, не более 100 Мб.

3. **Описание коммуникаций Бренда** – применение логотипа и элементов фирменного стиля на носителях различных категорий: в памятной и сувенирной продукции (например: одежда, кружки), наружной рекламе (например: билборд), печатный макет (например: буклет, плакат, листовка), интеграций фирменного стиля в городскую среду (например: общественный транспорт).

Описание коммуникаций Бренда предоставляется в электронном виде в формате TIFF, JPEG или PDF, с разрешением 1920\*1800, не более 100 Мб.

Электронные документы в виде текстовых материалов предоставляются в формате DOC, DOCX.

Фирменный стиль и элементы айдентики должны быть разработаны на двух языках: русском и английском, должны быть узнаваемы как в черно-белом, так и в цветном виде.

### **Задачи Бренда**

Перед Брендом при его реализации ставится ряд задач, а именно:

- выполнение зонтичной роли по отношению к продуктовым и сервисным локальным Брендам;
- репрезентация идентичности региона (он должен быть узнаваем), соответственно через него должны быть узнаваемы локальные Бренды региона;
- необходимость учитывать возможность применения не только к туристской сфере;
- отражение значимости историко-культурного наследия и богатства природы в развитии региона.

### **Принципы разработки**

При разработке изображения Бренда и его концепции необходимо принимать во внимание следующие принципы:

Органичность – разрабатываемые элементы должны органично вписываться в существующий ландшафт локальных брендов и репрезентовать их.

Идентичность – логотип и фирменный стиль должны выявить и отразить ценности и особенности, существующие в регионе, и быть узнаваемыми на любых видах изделий, навигационных и сувенирных элементах, рекламной продукции.

Стилистическое единство – предложенный логотип и концепция фирменного стиля должны обеспечить стилистическое единство корпоративной документации, навигации, сувенирной продукции, рекламы и прочих носителей фирменного стиля.

Оригинальность и новизна – это уникальный регион, который сочетает в себе богатую природную, культурную, этнографическую, историческую, индустриальную составляющие. Соответствующую многогранность должно отражать и изображение Бренда.

Информативность – обеспечение простой, доступной и быстрой идентификации и считываемости информации различными группами аудиторий.

Эстетическая привлекательность – гармоничное сочетание цветов и форм, используемых в производстве.

Практичность использования – визуальные элементы должны быть просты в эксплуатации, монтаже, демонтаже, а также легко наноситься на различные поверхности.