

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ КОНКУРСЕ БРЭНД ГОДА****СОДЕРЖАНИЕ****ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОНКУРСЕ**

- 1. ОРГКОМИТЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНКУРСА БРЭНД ГОДА**
- 2. ЗНАКИ ПОБЕДИТЕЛЯ**
- 3. МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЖЮРИ**
- 4. НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ**
- 5. МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ КОНКУРСА**

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОНКУРСЕ

Профессиональный конкурс с 2001 года проводится в национальном масштабе и направлен на развитие компетенций в области маркетинга и брэндинга в стране, конкурентоспособности отечественных марочных товаров и брэндового сознания потребителей. С 2001 года в конкурсе приняли участие брэндыв более 200 предприятий, среди которых: Горизонт, Коммунарка, Пинскдрев, Милавица, Атлант, Атлант М, Гродненский мясокомбинат, Мясоград, Белрыба, Инко-фуд, Борисовский мясокомбинат, Марко, Белвест, Белтелеком и целый ряд крупнейших и успешнейших предприятий различных форм собственности.

БРЭНД ГОДА зарекомендовал себя как авторитетный и строгий аудит отечественных брэндов. Он не просто констатирует лидеров, но и дает возможность проанализировать опыт успешного создания и продвижения ведущих марок, изучить динамику потребительского поведения на отечественном рынке. Мероприятия, проводимые в рамках конкурса, направлены на развитие профессионализма в области стратегического менеджмента, маркетинга и брэндинга: Международная конференция ADVANCEDBRANDING, Саммит директоров.

В соответствии с Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 83 от 22 января 2008 года проведение Профессионального Конкурса БРЭНД ГОДА в Беларуси включено в план мероприятий по реализации Национальной программы развития экспорта на 2006-2010 годы.

Миссия конкурса - содействие развитию конкурентоспособности и компетенций отечественных предприятий в создании и продвижении собственных брэндов на отечественном и мировом рынках. **Профессиональный конкурс БРЭНД ГОДА в Беларуси** - межсекторальный проект, объединивший на одной диалоговой площадке представителей белорусской экономической элиты – предприятий разных форм собственности, министерств и ведомств, научных кругов страны. Так, организаторами конкурса с 2001 года стали как частные компании, государственные и независимые средства массовой информации, так и ведомственные структуры – Управление экспертизы товарных знаков, Национальный центр интеллектуальной собственности, Министерство экономики Республики Беларусь. В Наблюдательный совет конкурса вошли представители многих ведомственных и общественных организаций по защите прав потребителя, известные ученые и эксперты, представители международных организаций.

Принципы судейства. БРЭНД ГОДА – это профессиональный конкурс, оценка результатов которого проводится по принципиальным стандартам современного маркетинга, брэндинга и маркетинговых коммуникаций. В основу оценок положена стратегия брэнда и потребительская оценка известности и предпочтительности брэндов. Первую оценку выносит Международное профессиональное жюри, вторую – Потребительское на основе ежегодного национального опроса с репрезентативной выборкой.

Направленность на повышение компетенций отечественного маркетинга. В рамках конкурса осуществляется национальный мониторинг известности и популярности брэндов в группах потребительских товаров. Программа конкурса включает широкий круг образовательных мероприятий, направленных на обмен современным опытом в области маркетинга и брэндинга: Международная конференция ADVANCEDBRANDING, Саммит Директоров, Международные мастер-классы маркетологов и брэндологов с мировыми именами.

Направленность на развитие социальной ответственности бизнеса. В рамках конкурса в Беларуси совместно с Национальной инициативой «За социальную ответственность бизнеса» (<http://www.satio.by/leader/sob/>)

при поддержке ПРООН в Беларуси, Инициативы ООН «Глобальный договор» (<http://un.by/ru/undp/qcompact/>) учреждена номинация «Социально ответственный брэнд». Целью данной номинации является развитие ценностей СОБ и популяризация опыта социальной ответственности бизнеса.

1. ОРГКОМИТЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНКУРСА БРЭНД ГОДА

Организаторы конкурса

Центр системных бизнес-технологий САТИО
Министерство экономики РБ
Экономическая газета
Управление экспертизы товарных знаков НЦИС

Состав Организационного комитета

Организационный комитет Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА создается ежегодно по инициативе и утверждению главных организаторов конкурса на момент его проведения. Целями создания Оргкомитета является осуществление организационной, консультационной и информационной поддержки конкурса. В состав Оргкомитета могут входить как представители отдельных организаций, так и организации в целом. Организации, принявшие решение об участии в профессиональных номинациях конкурса должны вывести своих участников из состава Оргкомитета в течение трех дней после принятия решения.

Функции и обязанности Организационного комитета

Все решения Организационного комитета принимаются с общего согласия или при открытом голосовании. Оргкомитет Национального конкурса БРЭНД ГОДА осуществляет следующие функции:

1. Планирование и утверждение:

- номинаций конкурса;
- товарных групп, допускаемых к конкурсу в потребительских номинациях;
- условий конкурса, а именно сбора стандартных заявок, сроков подачи заявок, сроков проведения опроса;
- условий и критериев оценки конкурсантов в профессиональных и потребительских номинациях;
- анкет для проведения национального опроса в рамках потребительских номинаций конкурса;
- состава Международного жюри;
- сроков проведения Заключительной церемонии.

2. Информационная поддержка конкурса:

- работа с СМИ (интервью, комментарии, публикации);
- работа по привлечению спонсорской поддержки;
- рекламная поддержка конкурса;
- привлечение участников.

3. Организационная поддержка:

Участие в организации и проведении мероприятий конкурса: пресс-конференций, круглых столов, брифингов, Работе Международного жюри, Заключительной церемонии.

Порядок утверждения правил судейства и формирование состава Международного жюри

Конкурсные номинации, правила судейства и состав жюри разрабатываются и утверждаются Оргкомитетом конкурса. Состав Международного Жюри формируется по принципу квот:

- 30% — отечественные и зарубежные ученые-эксперты-практики;
- 30% — руководители белорусских преуспевающих марок;
- 40% — представители ведущих рекламных агентств и креативных студий

Избранные и утвержденные участники Международного жюри открытым голосованием утверждают Председателя Жюри.

Права участников Оргкомитета

- Организаторы конкурса обеспечивают открытость и доступность информации об участниках Оргкомитета конкурса на сайте конкурса www.bestbrand.by и во всех информационных материалах, содействуют развитию имиджа всех участников Оргкомитета как лидеров мнения.
- Участники Организационного комитета имеют возможность свободного участия во всех мероприятиях конкурса, за исключением Школы Брэндменеджмента.
- Участники Организационного комитета имеют право самостоятельно выступать в СМИ с комментариями, интервью при условии, что они носят положительный характер и развивают авторитет конкурса.
- Участники могут предлагать кандидатуры в состав Международного жюри, предлагать свое видение условий конкурса на утверждение Оргкомитетом

2. ЗНАКИ ПОБЕДИТЕЛЯ

Логотип и награды Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА



Логотип
конкурса



Золотая
медаль



Серебряная
медаль



Бронзовая
медаль

Товарный Знак, а так же Золотая, Серебряная и Бронзовая Медали Национального конкурса БРЭНД ГОДА — защищенные патентными свидетельствами знаки. Все победители пользуются знаками эксклюзивно.

Логотип конкурса — атрибут победы в Потребительских номинациях. Он обладает охраноспособностью с 28 октября 2002 года.

В качестве отличительных знаков победителя Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА выступают:

1. Изображения Золотой, Серебряной и Бронзовой медали Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА;

2. Логотип Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА

3. Словесная формулировка статуса победителя и финалиста Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА с обязательным указанием номинации и товарной группы. Словесная формулировка соответствует формулировке, отмеченной в дипломе победителя и финалиста.

Логотип конкурса БРЭНД ГОДА, а так же Золотая, Серебряная и Бронзовая медали — защищенные патентными свидетельствами знаки. Все победители пользуются знаками эксклюзивно. **Логотип конкурса** - атрибут победы в номинациях конкурса. Он обладает охраноспособностью. **Медаль конкурса** — обязательный атрибут победы в Профессиональных номинациях конкурса. Основной элемент медали — логотип БРЭНД ГОДА — охраняется патентным правом в режиме товарного знака, дизайн и внешний вид защищены как промышленный образец.

Оргкомитет конкурса обеспечивает полную охраноспособность отличительным знакам. Это дает возможность победителям конкурса **пользоваться знаками победы эксклюзивно.**

Право использования отличительных знаков победителя Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА

1.1. Право использования изображения Золотой, Серебряной и Бронзовой медали получают обладатели этих медалей — победители Профессиональных номинаций и обладатели специально учрежденных Оргкомитетом статусов.

1.2. Право использования логотипа БРЭНД ГОДА получают победители Потребительских номинаций — лидеры рейтингов известности и предпочтения в товарных группах, участвовавших в конкурсе по решению Оргкомитета и признанных победителями решением Международного жюри.

1.3. Право использования словесной формулировки статуса победителя и финалиста Национального конкурса БРЭНД ГОДА с указанием номинации и товарной группы получают победители и финалисты в Профессиональных и Потребительских номинациях.

3. МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЖЮРИ

Заявки оцениваются Международным профессиональным жюри, в состав которого входят ведущие эксперты и специалисты из различных стран, включая Беларусь.

Состав жюри с 2005 года формируется по принципу квот:

- 30% — отечественные и зарубежные ученые-эксперты-практики
- 30% — руководители белорусских преуспевающих марок
- 40% — представители ведущих рекламных агентств, креативных студий Беларуси

Члены Оргкомитета и Международного жюри Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА своим личным именем и профессиональным авторитетом гарантируют объективность и беспристрастность оценок.

Все личные протоколы и подсчеты открыты для ознакомления участникам конкурса.

Этика и открытость судейства

Гарантия объективности и беспристрастности

Каждый член жюри своим именем, авторитетом и профессиональным имиджем гарантирует объективность судейства. Оргкомитет не оплачивает работу членов жюри. На старте судейства все члены жюри должны объявить о своей непричастности или причастности к номинантам. Члены жюри, имеющие основания небеспристрастного судейства Оргкомитетом временно на момент судейства данных номинаций дисквалифицируются.

Ответственность и открытость оценок

Для усиления открытости конкурса и обратной связи с Жюри Оргкомитет проводит судейство в два дня. Открытый день предназначен для прямых вопросов номинантам. Для понимания оценок номинантами члены жюри аргументируют оценку в оценочном листе. Все личные протоколы и подсчеты открыты для ознакомления участникам конкурса. Если член жюри по каким-либо причинам не имеет достаточных оснований для оценок тех или иных критериев, он имеет право в графе оценки ставить прочерк.

Этичность по отношению к конкурсантам, коллегам по судейству, статусу конкурса:

Члены жюри рассчитывают на то, что любые высказывания в процессе обсуждения не могут быть разглашены. Оргкомитет конкурса рассчитывает на уважительное отношение к участникам и статусу конкурса. Оргкомитет рассчитывает на то, что результаты голосования не будут оглашены до Заключительной церемонии.

Определение лидеров в Профессиональной номинации: Победители определяются по принципиальным стандартам современного маркетинга, брендинга и маркетинговых коммуникаций. Международные стандарты предполагают, что награды могут присуждаться только при условии выхода номинантов на определенный уровень балльных оценок в процентах от максимально возможного — 100%.

- 100-85% — Золотая Медаль
- 85-70% — Серебряная Медаль
- 70-55% — Бронзовая Медаль

Таким образом, в каждой группе присуждение наград возможно лишь в случае выхода брендов-конкурсантов на требуемый профессиональный уровень.

Определение лидеров в Потребительской номинации

БРЭНД ГОДА в потребительских номинациях определяет победителей на основе общенационального опроса с репрезентативной выборкой респондентов. Исследование охватывает все регионы страны и проводится методом личного интервью. Отчет об итогах Национального опроса получают все участники конкурса. Данные учитывают социальную дифференциацию потребителей по возрасту, полу, роду деятельности, региону, уровню дохода, образованию, семейному положению.

Для определения брендов-лидеров используются открытые вопросы для спонтанного вспоминания торговых марок. Товарные группы допускаются к конкурсу на основе экспертных оценок по признаку наличия брендовой конкуренции в группе.

4. НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ

Цели Наблюдательного Совета

Целями работы Наблюдательного Совета Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА является осуществление консультационной и информационной поддержки конкурса.

Формы работы Наблюдательного Совета

Все решения Наблюдательного Совета могут приниматься в двух формах:

- с общего согласия или при открытом голосовании;
- либо дистанционно методом закрытых экспертных отзывов.

Наблюдательный Совет может осуществлять консультации по вопросам планирования и утверждения:

- Номинаций конкурса, товарных групп, допускаемых к конкурсу в потребительских номинациях.
- Условий конкурса, условий и критериев оценки конкурсантов в профессиональных и потребительских номинациях
- Состава Международного Жюри и Наблюдательного Совета

Организаторы конкурса обеспечивают открытость и доступность информации об участниках Наблюдательного Совета на сайте конкурса www.bestbrand.by и во всех информационных материалах, содействуют развитию имиджа всех участников Наблюдательного Совета как лидеров мнения. Участники Наблюдательного Совета имеют право самостоятельно выступать в СМИ с комментариями, интервью.

Порядок формирования Наблюдательного Совета

Наблюдательный совет Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА создается ежегодно по инициативе и утверждению Организационного комитета конкурса. В состав Наблюдательного Совета могут входить руководители ведомственных структур, представители международных организаций, ученые-эксперты.

Участие Наблюдательного совета и Оргкомитета конкурса

Наблюдательный совет и Оргкомитет непосредственно формируют состав жюри. Участие в судействе Наблюдательного совета носит рекомендательный характер. Наблюдательный совет высказывает свои рекомендации и замечания до начала работы. Оргкомитет информирует обо всех рекомендациях жюри в первый день работы.

5. МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ КОНКУРСА



и зарубежных брендов в условиях обострения рыночной конкуренции.

Ежегодно в январе в рамках Профессионального конкурса БРЭНД ГОДА в Беларуси при поддержке и участии Правительственных структур Республики проходит Саммит Директоров — конференция, **посвящённая стратегическим успехам и опыту развития отечественных**



Проводимая с 2000 года **Бренд-конференция** стала одной из самых авторитетных на постсоветском пространстве площадок, собирающей спикеров столь высокого уровня. В Беларуси конференция не имеет аналогов и является престижным форумом специалистов по маркетингу и брендингу. Присутствие VIP-гостей, экспертов мировой величины и топ-менеджеров отечественных и западных компаний, ориентированных на построение сильных брендов, обеспечивает высокий уровень всех мероприятий

и позволяет получать эксклюзивные знания и устанавливать новые связи с самыми активными участниками рынка.

Председатель Оргкомитета
конкурса БРЭНД ГОДА в Беларуси
Гринюк Ж.В.