

ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ

«ТОРГОВАЯ МАРКА ГОДА-2018»

Конкурс «Торговая марка года» - это профессиональный конкурс, дающий уникальную возможность проанализировать опыт создания и продвижения торговых марок, позволяющий выявить лидеров и определяющий динамику потребительского поведения на отечественном рынке, учрежден по инициативе Торгово-промышленной палаты Республики Молдова согласно Решению Исполнительного Бюро № 216 от 12.02.2003г.

МИССИЯ КОНКУРСА

Способствовать развитию молдавской экономики путем роста конкурентоспособности и наращивание потенциала отечественных предприятий в создании и продвижении торговых марок на отечественном и зарубежных рынках, определение их популярности у потребителей.

Организаторы конкурса

- Торгово-промышленная палата Республики Молдова
- Государственное Агентство по Интеллектуальной Собственности Республики Молдова

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ КОНКУРСА:

- Формирование позитивного делового имиджа Республики Молдова
- Выявление и продвижение наиболее успешных маркетинговых стратегий в области создания и продвижения торговых марок;
- Составление рейтинга наиболее успешных торговых марок на молдавском рынке
- Информационное обеспечение предпринимательства в области эффективных технологий маркетинга, рекламы, защиты и правовой охраны торговых марок;
- Эффективная интеграция молдавского рынка в мировое экономическое сообщество;
- Изучение новаторских аспектов, связанных с созданием и продвижением брендов на рынке.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Работы, связанные с организацией, проведением, подведением итогов конкурса, осуществляет организационный комитет (далее оргкомитет), его деятельность регламентируется настоящим Положением.

Оргкомитет формируется из специалистов, представителей государственных и общественных учреждений в области маркетинга и рекламы, интеллектуальной собственности, представителей бизнес сообщества и др.

Персональный состав оргкомитета и Положение о конкурсе ежегодно утверждаются Исполнительным Бюро Торгово-промышленной палаты Республики Молдова. Информация о составе оргкомитета, Положение о конкурсе публикуются на WEB сайтах организаторов

конкурса Торгово-промышленной палаты, Государственного Агентства по интеллектуальной собственности Республики Молдова и в средствах массовой информации. Решения Оргкомитета принимаются открытым голосованием, большинством голосов.

Оргкомитет выполняет следующие функции:

- информирует о проведении конкурса;
- осуществляет консультационную, информационную и рекламную поддержку конкурса, работы по привлечению спонсоров;
- рассматривает поступившие материалы, включая и экспертные заключения;
- определяет победителей конкурса, организует церемонию их награждения.

Для проведения независимого профессионального исследования, консультирования и изучения представленных на конкурс торговых марок оргкомитет формирует экспертную группу из числа специалистов соответствующих отраслей, именуемую Жюри, и привлекает независимые исследовательские организации.

Участники конкурса

К участию в конкурсе приглашаются предприятия и организации различных форм собственности, юридические лица, зарегистрированные в Республике Молдова, производящие продукцию и (или) оказывающие услуги на территории республики. Участие в конкурсе добровольное.

На конкурс могут быть представлены знаки обслуживания, общие торговые марки для всей продукции (услуг) предприятий или торговые марки на конкретные товары (услуг) предприятий.

К участию в конкурсе допускаются национальные и зарубежные торговые марки, которые на день подачи заявки действуют в Республике Молдова. Исключением является номинация «Дебют года» к участию в которой допускаются торговые марки (национальные и зарубежные), которые на момент подачи заявки представили свои документы на регистрацию в AGEPI.

Не могут участвовать в конкурсе предприятия, в отношении которых инициирована процедура банкротства.

III. НОМИНАЦИИ КОНКУРСА

А. Потребительская

Б. Профессиональные

А. Потребительские номинации

- **Торговая марка «Признание потребителей»**. Определяются торговые марки, ставшие лидерами в рейтингах потребителей, как по показателям известности, так и по показателям предпочтения.

- **Торговая марка «РЕГИОНАЛЬНАЯ МАРКА»** К участию в данной номинации приглашаются отечественные торговые марки которые определяются

потребителями конкретного региона и которые осуществляют продвижение марки только на этой территории.

Б. Профессиональные номинации

- ДЕБЮТ ГОДА (за самый успешный запуск торговой марки на отечественном рынке в конкурсном году). К участию в данной номинации приглашаются торговые марки отечественных компаний производителей товаров и услуг.

- ТОРГОВАЯ МАРКА «ЭКСПОРТ» (за самую эффективную стратегию принесшую существенные результаты при освоении внешних рынков).

К участию в данной номинации приглашаются торговые марки отечественных компаний производителей товаров и услуг, осваивающих внешние рынки и формирующие положительный имидж республики. Оргкомитет определяет торговую марку, продвижение которой на зарубежных рынках наиболее профессионально и эффективно (учитывается регистрация торговой марки в странах, в которых она продвигается, количество стран в которой она зарегистрирована, объем продаж в сравнении за рассматриваемый период);

- ТОРГОВАЯ МАРКА «ИНТЕР» (самая активно развивающаяся иностранная торговая марка на молдавском рынке).

К участию в данной номинации приглашаются иностранные торговые марки, зарегистрированные и действующие на территории Республики Молдова. Основным критерием для оценки в данной номинации будет эффективность применения локальной стратегии продвижения иностранных торговых марок в Республике Молдова (объем продаж в сравнении за рассматриваемый период и с учетом рейтинга торговой марки);

- Торговая марка «ЛИДЕР ГОДА» (наиболее успешная стратегия торговой марки на территории Республики Молдова).

К участию в данной номинации приглашаются отечественные торговые марки. В качестве предмета оценки в данной номинации послужат результаты реализации стратегии торговой марки, включающие ее позиционирование, креативную идею, комплекс маркетинговых коммуникаций, рост продаж, увеличение доли рынка, стоимость торговой марки, имидж марки с обязательным учетом рейтинга среди потребителей;

- Торговая марка «МСП ФАВОРИТ ГОДА»

К участию в данной номинации приглашаются предприятия, в которых работают до 70 сотрудников, и демонстрирует замечательные результаты, продвигая и развивая собственный бренд. Оценка будет основываться на количестве сотрудников компании, а также на результатах, достигнутых в результате реализации стратегии бренда, что позволит обеспечить справедливую конкуренцию с другими компаниями;

- «СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА»

(популяризация социальной ответственности бизнеса на территории страны). К участию в данной номинации приглашаются торговые марки как отечественные, так и иностранные, использующие в своем развитии и продвижении лучшие идеи социального маркетинга, а также ставшие носителями актуальных гуманитарных ценностей. В качестве критерия

оценки в данной номинации послужат пониманию проблемы в области корпоративной социальной ответственности, решению которой способствует проект торговой марки, инструменты реализации целей и степень приближения к реализации поставленных задач.

- МАРКА «КОНСАКРАТЭ»

К участию в данной номинации приглашаются отечественные торговые марки, которые являются обладателями более 5 наград Гран-При конкурса. Оргкомитет определяет торговые марки, пользующиеся большой популярностью, престижем у потребителей и внесшие вклад в развитие экономики республики.

-«УСПЕШНЫЙ РЕБРЕНДИНГ»

К участию в данной номинации приглашаются торговые марки отечественных и иностранных компаний производителей товаров и услуг, осуществивших комплекс мероприятий по изменению составляющих торговой марки таких как: названия, логотип, визуальное оформление с изменением её позиционирования, идеологии марки с целью привлечения новых потребителей. Оргкомитет определяет торговую марку, ребрендинг которой был проведён наиболее профессионально и эффективно. Учитывается объём продаж после ребрендинга, увеличение доли рынка и рейтинг потребителей;

- Закрытая номинация «РЕПУТАЦИЯ И ДОВЕРИЕ» –

Заявки на которую не принимаются. Награды в этой номинации будут присуждены решением оргкомитета. Здесь будет определяться самая оригинальная, творческая идея торговой марки и системность ее реализации в атрибутах, имидже товара или услуг, стратегии ее продвижения и результативности плюс рейтинг среди потребителей.

-Номинация «ЖЕНЩИНА В БИЗНЕСЕ».

Участие в этой номинации открыто для брендов компаний, производящих товары и поставщиков услуг, которыми управляет женщина. Эта номинация направлена на то, чтобы подчеркнуть женскую силу, которая находится в топ-менеджменте компаний, и оценка их навыков в бизнесе.

IV. КАТЕГОРИИ КОНКУРСА:

В каждой номинации конкурса могут быть представлены торговые марки следующих категорий:

1. Продовольственные товары;
2. Пиво и Безалкогольные напитки;
3. Алкогольные напитки;
4. Товары и услуги в области энергетики и строительства (реализация нефти и газа, электроэнергии и распределения тепла, строительные услуги, недвижимость);
5. Здоровье и красота (парфюмерия и косметика, лекарственные препараты, средства личной гигиены, аптеки, медицинские услуги, услуги по уходу красоты и т.д.);
6. Мода и другие потребительские товары (одежда, обувь, аксессуары, галантерея, ювелирные изделия, игрушки и т.д.);
7. Товары и услуги для дома (мебель, ковры, ткани, кухонные принадлежности, электробытовая техника, чистящие и моющие средства и т.д.);
8. Средства и услуги связи (телефоны, фотоапараты, видеокамеры, компьютеры, мобильные операторы, интернет услуги, телекоммуникация, компьютерные программы ит.д.);

9. Производственно-техническая продукция (инструменты, приборы, аппараты, электротехника, технологическое оборудование, средства механизации и т.п.);
10. Транспортные средства и услуги, туризм и общественное питание (автотранспорт, автоаксессуары, автозаправочные станции, такси, авиа, железнодорожные перевозки, турагентства, гостиницы, курорты, кафе, рестораны, тренажерные залы, фестивали, концерты, музеи, кинотеатры и т.д.);
11. Финансовые, издательские, потребительские услуги и розничная продажа (финансовые учреждения, печать и издательства, розничные сети, супермаркеты, торговые центры, магазины, химчистки).

В зависимости от количества и уровня представленных проектов, награждение победителей может пройти не во всех категориях Конкурса. Оргкомитет Конкурса с согласия участника конкурса может перемещать Заявки из категории в категорию. Категории Конкурса могут также быть расширены в ходе рассмотрения поданных Заявок.

Каждая категория в свою очередь может подразделяется на товарные группы в соответствии с классами Международной Классификацией Товаров и Услуг (МКТУ)

Торговые марки допускаются к конкурсу на основе экспертных оценок по признаку наличия конкуренции в той или иной Категории.

V. Подача заявок НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ

Предприятия, желающие участвовать в конкурсе, подают заявки установленного образца, оплачивают регистрационный взнос и предоставляют необходимую документацию на каждую единицу заявленной на конкурс торговой марки. Заявки на конкурс принимаются оргкомитетом до **01 апреля 2019 г.**

Заявка на участие в конкурсе может быть подана как владельцем торговой марки, так и рекламным агентством, дистрибьюторской или дилерской компанией, продвигающие торговую марку на территории Республики Молдова.

При регистрации каждая торговая марка принадлежащая одному предприятию рассматривается отдельно. Размер регистрационного взноса устанавливается ежегодно Исполнительным Бюро Торгово-промышленной палаты.

Регистрационный взнос взимается с каждой торговой марки участвующей в одной номинации. При заявке торговой марки на две и более номинации предприятие получает скидку в размере 15% от общей суммы уплаты регистрационного взноса за участие в конкурсе.

Неуплата регистрационного взноса влечет за собой автоматическое исключение торговой марки из конкурса.

К участию в конкурсе не допускаются торговые марки- победители - обладатели ГРАН-ПРИ конкурса «Торговая марка» в случае, если проект торговой марки заявляется на прошлогоднюю номинацию, что является продолжением прошлогодней кампании.

5.1 Технические требования касательно презентации материалов:

Для участия в **Потребительской номинации** конкурса необходимо представить (на каждую единицу заявленной на конкурс торговой марки):

- Заявку по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Заявку для размещения информации в каталог конкурса по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Перечень экономических показателей по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Свидетельство о регистрации предприятия (копия)
- Свидетельство о регистрации товарного знака или знака обслуживания (копия)
- Копию платёжного поручения об уплате регистрационного взноса.
- CD/Flash с записью логотипа торговой марки
- Анкету –декларацию об отсутствии рекламаций и претензий со стороны потребителя.

Для участия в **Профессиональных номинациях** конкурса необходимо предоставить (на каждую единицу заявленной на конкурс торговой марки):

- Заявку по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Заявку для размещения информации в каталог конкурса по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Перечень экономических показателей по форме (на сайте палаты www.chamber.md);
- Свидетельство о регистрации предприятия (копия);
- Свидетельство о регистрации товарного знака или знака обслуживания (копия);
- Копию платёжного поручения об уплате регистрационного взноса;
- Пакет презентации торговой марки (рекомендации по структуре и содержанию пакета на сайте палаты www.chamber.md);
- CD/Flash с записью логотипа торговой марки;
- Образцы креативных материалов использованных при продвижении торговой марки;
- Пакет приложений который может включать:
 - Данные по разработке стратегии и креатива торговой марки;
 - Данные по продвижению торговой марки (каналы, технологии, материалы, образцы, результаты);
 - Отзывы потребителей, данные обратной связи или маркетинговых исследований лояльности, известности и т.п.;
 - Макеты, фото наружной рекламы, проведенных рекламных компаний, образцы или фото выпускаемой продукции (услуг) с данной торговой маркой, упаковки, печатные рекламные материалы, интерактивная реклама(макет\ распечатка сайта) и др. ;
 - Реклама в местах продаж. Образцы рекламы;
 - Другие материалы по усмотрению участников конкурса;
 - Заявитель может предложить жюри оригинальную форму презентации своей торговой марки (демонстрации, дегустации, тесты и т.п.);

Перечень поступивших заявок, по мере их поступления, публикуется на WEB сайте Торгово-промышленной палаты Республики Молдова.

Все рекламные материалы, поданные на конкурс не возвращаются и могут быть скопированы, показаны с образовательными целями и с целью продвижения конкурса по усмотрению Оргкомитета. Каждый участник отмечает те пункты представленных документов, которые являются конфиденциальными. Оргкомитет гарантирует конфиденциальность поданных материалов в соответствии с пожеланиями участников. Подача заявки на участие в конкурсе означает согласие с условиями его проведения. Участники конкурса несут ответственность за достоверность информации, представляемую в оргкомитет. Предоставление недостоверной информации, несоблюдение условий конкурса и

отсутствие ссылок на источники представленных сравнительных данных, результатов являются причиной дисквалификации заявки, участник снимается с конкурса. При этом предоставленные материалы и регистрационный взнос не возвращаются.

Заявки на конкурс принимаются непосредственно оргкомитетом (тел. 23-84-10, 21-07-25 г.Кишинев, бул. Штефан чел Маре, 151, 2-й этаж) Дирекция выставок и ярмарок, e-mail: marca@chamber.md.

При подачи заявки участник указывает номинацию и категорию, по которой будет оцениваться его проекты.

Оценка торговых марок участников конкурса осуществляется в рамках каждой номинации и Категории.

VI. ОЦЕНКА ПРОЕКТОВ

Процедура Судейства основывается на международном опыте EFFIE и построена на рейтинге торговых марок, и независимом мнении каждого из членов Жюри. Члены Жюри изучают представленный презентационный пакет торговой марки, креативные материалы, электронные носители и рейтинги потребителей.

Общего обсуждения заявок членами Жюри не проводится. Каждая Заявка получает персональную, независимую оценку каждого члена Жюри. Окончательная оценка Заявки участника конкурса представляет собой среднеарифметическую оценку всех членов Жюри, рассмотревших заявку.

Члены Жюри не принимают участие в оценке своих торговых марок, а также заявок по той категории, к которой относятся их торговые марки.

6.1 Оценка результатов в Потребительской номинации

Победители конкурса в Потребительской номинации определяются на основе рейтинга торговых марок среди потребителей.

Рейтинг торговых марок среди потребителей проводится в различных Категориях путем опроса потребителей. Исследование охватывает различные районы республики и проводится методом личного интервью. Определяются лидеры в рейтингах как по показателям известности, так и по показателям предпочтения.

Для определения как известных, так и предпочитаемых респондентами торговых марок в анкетах используются открытые вопросы для спонтанного вспоминания торговых марок. Жюри конкурса определяет победителей в потребительской номинации по большинству полученных оценок рейтинга потребителей.

6.2 Оценка результатов в Профессиональной номинации

Жюри оценивает, насколько эффективны были выбраны маркетинговые инструменты, была ли достигнута цель маркетинговой компании, и насколько успешны результаты. Критерии оценки в профессиональных номинациях:

1. Стратегия торговой марки. Миссия. Видение. Вклад в их развитие в конкурсном году
2. Позиционирование торговой марки. Целевой сегмент. Динамика в конкурсном году
3. Портфель атрибутов торговой марки. Развитие в конкурсном году
4. Индивидуальность образа торговой марки. Развитие в конкурсном году
5. Комплекс маркетинговых коммуникаций торговой марки, стратегия продвижения, программы лояльности в конкурсном году
6. Отдельные образцы рекламной и сувенирной продукции торговой марки
7. Результаты продвижения в конкурсном году

6.3 Оценка, представленных на конкурс торговых марок, проводится в два этапа:

I-ый этап – вынесение решения о победителях в Потребительской номинации
II-ой этап – обсуждение и оценка членами Жюри презентационных пакетов участников конкурса, участвующих в профессиональных номинациях с проведением дней открытых дверей для вопросов к номинантам.

Общий итог полученных баллов:

Методы подсчёта баллов:

- Для Потребительской номинации итоговая оценка рассчитывается согласно рейтингу среди потребителей;
- Для Профессиональной номинации итоговая оценка рассчитывается в соотношении 70% оценка членов Жюри и 30% рейтинг среди потребителей;

Оргкомитет оставляет за собой право не назначать лауреатов по тем номинациям и категориям, где все проекты получают низкий суммарный балл. Все члены Жюри заносят свои оценки в личный протокол по предложенным показателям с обязательными замечаниями и комментариями, которые будут важны для обоснования оценки конкурсантам, а также как рекомендации для коррекции маркетинговых стратегий, представленных на конкурс торговых марок.

По итогам рассмотрения представленных проектов, презентационных пакетов и рейтинга торговых марок Жюри конкурса готовит и вносит предложения Оргкомитету по награждению победителей конкурса.

Количество награждённых торговых марок (премий) не будет превышать 40% от общего количества торговых марок допущенных к конкурсу.

Члены Оргкомитета и Жюри своим личным именем и профессиональным авторитетом гарантируют объективность и беспристрастность оценок.

Все подсчеты открыты для ознакомления участников конкурса.

VII. НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСА

Оргкомитет определяет лучшие торговые марки по категориям товаров и услуг в каждой номинации конкурса.

Победители конкурса в Потребительской номинации определяются в каждой Категории с присуждением Золотых, серебряных и бронзовых медалей.

Победители конкурса в Профессиональных номинациях определяются в каждой Категории с вручением ГРАН-ПРИ «Золотой Меркурий» - высшей профессиональной награды конкурса, а также Золотых, Серебряных и Бронзовых медалей.

В номинации «Марка Consacrată» звание «Престижная» *присуждается торговой марке, победившей в данной номинации на весь период её существования и не требует ежегодного подтверждения.*

По решению оргкомитета дополнительно могут быть определены специальные награды для участников конкурса, специалистов в области маркетинга и рекламы, представителей СМИ.

Специальными наградами могут быть награждены основатели наиболее успешных отечественных торговых марок.

Ежегодно по завершению конкурса издается информационно-рекламный каталог.

Результаты конкурса «Торговая марка года» публикуются на сайте организаторов конкурса Торгово-промышленной палаты, Государственного Агентства по Интеллектуальной Собственности Республики Молдова.

VIII. ПРЕИМУЩЕСТВА КОНКУРСАНТОВ

8.1 Участникам в конкурсе предоставляются следующие преимущества:

1. Дополнительная реклама и развитие имиджа торговой марки, в том числе продуктов и услуг представляемых под этой маркой. Информация об участниках, о ходе подготовки конкурса будет медиатизирована на веб-сайтах организаторов конкурса, в средствах массовой информации, пресс-конференциях, в телевизионных передачах посвященных конкурсу.
2. Доступ к результатам рейтинга популярности торговой марки.
3. Оценки сильных и слабых сторон торговой марки, перспектив ее развития. Участники получают консультации специалистов и членов Жюри.
4. Участие в официальной церемонии награждения победителей конкурса «Торговая марка 2016 г.»
5. В течении года, бесплатные услуги по диагностики интеллектуальной собственности на предприятии. Эксперты AGEPI рассмотрят портфолио предметов интеллектуальной собственности, принадлежащей предприятию, и предоставят рекомендации по их эффективному использованию.
6. Организация семинаров в области интеллектуальной собственности для работников участников в конкурсе, включительно в офисе предприятия (бесплатно).
7. 20% скидка на регистрационный взнос для:

- передачи заявок/предложений предприятия в Торгово-промышленные палаты за рубежом;
- размещения заявок/предложений предприятия в базы данных под управлением ТПП РМ;
- участия в экономических миссиях за рубежом;
- участия в двухсторонних форумах, организованных в Молдове.

8. В течении года бесплатная публикация изображения торговых марок, лауреатов конкурса, в Официальном Бюлетене по Интеллектуальной Собственности.

9. Бесплатное размещение контактов предприятия и вида его деятельности в каталоге.

8.2 Победителям конкурса предоставляются следующие преимущества:

1. Все преимущества предоставленные участникам.
2. Эксклюзивное право нанесения логотипа конкурса, ГРАН-ПРИ, медалей конкурса на все товарные образцы/ услуги под данной торговой маркой.
3. Скидка в 30% от стоимости участия в коллективном стенде организованным ТПП РМ на международных специализированных выставках.
4. Льготы по участию в E.I.S. «INFOINVENT», для инновационных продуктов и услуг, которые вписываются в формат выставки.

IX. СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

Конкурс проводится **февраль - июнь 2019 г.**

Этапы конкурса:

- **04 февраль 2019 г.** – старт конкурса;
- **01 апреля 2019 г.**- окончание приема заявок на участие;
- **15 апреля 2019 г.** - окончание приема презентационных пакетов
- **02-13 апреля 2019 г.** – проведение опроса потребителей
- **15-26 апреля 2019 г.**– работа экспертов и оргкомитета
- **май / июнь 2019 г.** - Официальная церемония награждения победителей конкурса

X. ПОРЯДОК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫХ ЗНАКОВ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСА

Все победители конкурса пользуются отличительными знаками эксклюзивно.

В качестве отличительных знаков победителей конкурса «Торговая марка года» выступают:

1. ГРАН-ПРИ – статуэтка «Золотой Меркурий»



2. Медали конкурса: **Золотая, Серебряная, Бронзовая**



3. Логотип конкурса



4.Словесная формулировка статуса победителя конкурса с обязательным указанием года, номинации и категории. Словесная формулировка соответствует формулировке, отмеченной в дипломе победителя.

5.Отличительные знаки победителей конкурса охраняются патентным правом в режиме товарного знака, дизайн и внешний вид проходят процедуру регистрации как промышленный образец в Государственном Агентстве по Интеллектуальной Собственности Республики Молдова.

Оргкомитет конкурса обеспечил полную охраноспособность отличительным знакам и выдает лауреатам конкурса соответствующий Сертификат. Это даёт право победителям конкурса пользоваться знаками победы. Использование знака и имени победителя конкурса без предоставленного Оргкомитетом Сертификата рассматривается как нарушение законодательства Республики Молдова в области охраны товарных знаков. Логотип конкурса, а также Золотая, Серебряная и Бронзовая медали, Гран-При эксклюзивная статуэтка «Золотой Меркурий» - защищённые патентными свидетельствами знаки выданным АГЕРІ.

Медали- обязательный атрибут победы в номинациях конкурса. Основной элемент медали - логотип конкурса.

ГРАН-ПРИ «Золотой Меркурий» - высшая профессиональная награда конкурса. Основной элемент – изображение эксклюзивной статуэтки «Золотой Меркурий».

ГРАН-ПРИ и медали конкурса изготавливаются вручную по специальному заказу, имеют натуральную позолоту или покрыты натуральным серебром.

10.1 Право использования отличительных знаков победителя конкурса

1. Право использования изображения Золотой, Серебряной и Бронзовой медали получают обладатели этих медалей — победители Потребительской и Профессиональных номинаций.
2. Право использования логотипа конкурса «Торговая марка года» получают все участники конкурса.
3. Право использования словесной формулировки статуса победителя конкурса с указанием номинации и Категории получают победители в Профессиональных и Потребительской номинации.

10.2 Порядок использования изображения медалей победителя конкурса

Изображение медали может использоваться ее обладателем на всех товарах ассортиментного ряда (или услуг данной категории), выпускаемого под знаком торговой марки-победителя и на рекламных носителях:

- упаковках и этикетках
 - полиграфической продукции (плакатах, постерах, буклетах, листовках и т. п.)
 - электронных носителях
 - сайтах и баннерах в Интернете
 - видеороликах
 - и других образцах
1. Оргкомитет предоставляет победителям электронный вариант изображения медали.
 2. Изображение медали победителя можно использовать самостоятельно или со словесной формулировкой статуса победителя, соответствующей Сертификату с обязательным указанием года проведения конкурса.

10.3 Порядок использования логотипа конкурса

Логотип конкурса может использоваться участниками конкурса. Логотип может использоваться на всех товарах ассортиментного ряда, выпускаемого под знаком торговой марки участника конкурса и рекламных носителях:

- упаковках и этикетках
 - полиграфической продукции (плакатах, постерах, буклетах, листовках и т. п.)
 - электронных носителях
 - сайтах и баннерах в Интернете
 - видеороликах
 - и других образцах
1. Оргкомитет предоставляет компаниям электронный вариант логотипа.
 2. Логотип можно использовать самостоятельно или со словесной формулировкой статуса победителя, соответствующий Сертификату с обязательным указанием года проведения конкурса.

10.4 Порядок использования словесной формулировки статуса победителя конкурса

Словесная формулировка статуса победителя конкурса может использоваться участниками конкурса — победителями Профессиональных и Потребительской номинации. Подтверждением статуса является Сертификат, выданный на основании решения Оргкомитета конкурса. Словесная формулировка может использоваться:

- самостоятельно без изображения медалей логотипа
- в рекламных и PR текстах, интервью и т. п.
- объявляться устно на всех мероприятиях, презентациях и т. п.
- и в других ситуациях

Оргкомитет конкурса обязан следить за соблюдением данных правил победителями и участниками корректировать неточное использование изображения наград и логотипа конкурса, наносящее ущерб имиджу конкурса, победителей и участников конкурса. Оргкомитет может предупредить о нарушении правил использования знаков конкурса.

Оргкомитет обязан содействовать развитию и популяризации конкурса и его отличительных знаков.

Победители и участники обязаны следить за соблюдением данных правил и корректировать неточное использование знаков конкурса, наносящее ущерб имиджу конкурса, других победителей и участников конкурса. Победители и участники могут уведомлять Оргкомитет о замеченных нарушениях правил и прав использования знаков конкурса.

XI. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Для финансирования мероприятий по проведению конкурса и награждения победителей создается фонд из взносов организаторов, Партнеров, спонсоров и участников конкурса. На этапе подготовки презентационных пакетов Организаторы конкурса оказывают участникам оперативную информационную и методическую поддержку в т.ч. проводят индивидуальные консультации.

При необходимости оргкомитет вносит предложения о дополнении и изменении в данное Положение, которые утверждаются на заседании Исполнительного Бюро Торгово-промышленной палаты Республики Молдова.

* Марка означает любой знак (визуальный, звуковой, обонятельный, тактильный), который служит для индивидуализации и различения продуктов и / или услуг физического или юридического лица от физических лиц или юридических лиц.