

## КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО

### «Агентство розвитку Дніпра»

Дніпровської міської ради

---

просп. Д. Яворницького, 75, м. Дніпро, 49000, ЄДПРОУ 40886122, р/р 26000050029153,  
МФО 305299 в КБ Приватбанк, E-mail : [dda.dp.ua@gmail.com](mailto:dda.dp.ua@gmail.com), [www.dda.dp.ua](http://www.dda.dp.ua)

## ПОЛОЖЕННЯ

про відкритий творчий конкурс на визначення концептуальної ідеї  
бренду міста Дніпро та його логотипу

### 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 1.1. Положення про відкритий творчий конкурс на кращу концептуальну ідею бренду м. Дніпро та його логотипу (далі – Положення) у зв'язку зі зміною назви міста та появи нових акцентів у його позиціонуванні встановлює єдині вимоги щодо визначення кращої концепції ідеї бренду, включно з логотипом.
- 1.2. Концептуальна ідея бренду – ідея, яка відображає унікальні конкурентні переваги міста Дніпро: економічний та рекреаційний потенціал, географічне положення, історико-культурну унікальність (знакові об'єкти та особистості), ідентичність дніпрян, сучасний вектор розвитку міста.  
При цьому запропонована концепція бренду має бути націлена на:
  - формування позитивного іміджу міста в Україні та світі;
  - позиціонування унікальних конкурентних переваг міста Дніпро на регіональному, національному та міжнародному рівнях.
  - сприйняття та ретрансляцію її міською громадою.
- 1.3. Логотип – графічне відображення концептуальної ідеї, будь-яка комбінація позначень (емблема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів), яка здатна передати унікальність міста та ідентифікувати його 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 міста (гімн, герб і прапор).

### 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КОНКУРСУ

- 2.1. Відкритий творчий конкурс на визначення концептуальної ідеї бренду міста Дніпро та його логотипу (далі – Конкурс) проводиться з метою:
  - 2.1.1. Створення та визначення концептуальної ідеї та логотипу міста Дніпро, які будуть спрямовані на формування корпоративної культури міста, просування позитивного іміджу Дніпра в Україні та за кордоном, та використовуватимуться в інформаційно-рекламних заходах, спрямованих на промоцію культурного, економічного, наукового та соціального потенціалу міста.

- 2.1.2. Сприяння забезпеченню права мешканців міста у поширенні позитивних знань про місто, його історико-культурну спадщину та економіко-інвестиційний потенціал в Україні та світі, шляхом визначення кращої концептуальної ідеї бренду та логотипу міста.
- 2.2. Завданнями Конкурсу є:
  - 2.2.1. Залучення максимальної кількості учасників до розробки концептуальної ідеї бренду та логотипу міста, з метою їх сприйняття міською громадою.
  - 2.2.2. Визначення кращої концептуальної ідеї бренду Дніпра, спрямованої на підвищення рекреаційно-туристичної та інвестиційної привабливості міста Дніпро на міському, регіональному, всеукраїнському та міжнародному рівні.
  - 2.2.3. Визначення кращого логотипу, як маркетингового інструменту для просування бренду Дніпра, який може однаково успішно використовуватись на:
    - на інформаційно-рекламній продукції про місто Дніпро;
    - на подарунково-сувенірній продукції про місто Дніпро;
    - на дороговказях та інших предметах маркування інфраструктурних об'єктів туристичної інших галузей ;
    - під час проведення ділових, наукових, туристичних та інших заходів (конгресів, фестивалів, концертів, ярмарок, виставок, тощо ) на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях.
    - в малих архітектурних формах міста.

### **3. ОРГКОМІТЕТ КОНКУРСУ**

- 3.1. Для організації та проведення Конкурсу, а також оголошення та висвітлення його результатів, рішенням комунального підприємства «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради створюється організаційний комітет з підготовки та проведення Конкурсу (далі – Оргкомітет).
- 3.2. Головними завданнями Оргкомітету є:
  - 3.2.1. Забезпечення проведення Конкурсу;
  - 3.2.2. Визначення переможця Конкурсу та забезпечення висвітлення підсумків в засобах масової інформації.
- 3.3. Основною формою роботи Оргкомітету є засідання.
- 3.4. Засідання Оргкомітету є правомочним, якщо на ньому присутні не менше половини його складу.
- 3.5. Рішення Оргкомітету приймається більшістю від присутніх членів шляхом відкритого голосування. У разі рівного розподілу голосів, головуєчий має право вирішального голосу.
- 3.6. Члени Оргкомітету:
  - 3.6.1. Беруть участь в обговоренні, розгляді та оцінюванні конкурсних робіт.
  - 3.6.2. Забезпечують прийняття рішення про визначення переможця Конкурсу.
  - 3.6.3. Мають право на ознайомлення з усіма матеріалами, поданими на Конкурс, а також на відображення своєї окремої думки у протоколі засідання.

- 3.6.4. Мають право відхилити конкурсну роботу, якщо вона не відповідає вимогам та суперечить основним засадам і принципам громади міста Дніпро та чинному законодавству України.
- 3.6.5. Залишають за собою право на співробітництво з учасниками, які розробили перспективні ескізи логотипу, щодо надання, в разі необхідності додаткової пояснювальної інформації.
- 3.6.6. Зобов'язані дотримуватися норм чинного законодавства, об'єктивно та неупереджено розглядати конкурсні пропозиції.
- 3.7. До складу Оргкомітету входять представники місцевого самоврядування, експерти в галузі маркетингу, брендінгу, PR, дизайну (Додаток 1).

#### **4. УМОВИ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ**

- 4.1. У Конкурсі можуть брати участь як фізичні, так і юридичні особи.
- 4.2. Участь у Конкурсі безкоштовна.
- 4.3. Оргкомітет розміщує оголошення про початок Конкурсу, Положення про Конкурс та бланк заяви для участі в Конкурсі на офіційному сайті «Агентства розвитку Дніпра» ([dda.dp.ua](http://dda.dp.ua)), сайті Ребрендинг міста Дніпро ([brand.dp.ua](http://brand.dp.ua)) та сайті міської ради ([dniprograda.gov.ua](http://dniprograda.gov.ua)).
- 4.4. Перед подачею конкурсної роботи(робіт) всім учасникам надається можливість ознайомитись з результатами соціологічного дослідження, SWOT-аналізу, попередніми концепціями бренду міста Дніпро заповнивши заявку на участь у конкурсі (Додаток 2) та надіславши її на пошту [info@brand.dp.ua](mailto:info@brand.dp.ua) з позначкою «Заявка».
- 4.5. Конкурсні роботи з позначкою «Конкурс на визначення концептуальної ідеї та логотипу міста Дніпро» надсилаються або подаються на розгляд:
  - 4.5.1 На I-му етапі: в електронному вигляді на пошту [info@brand.dp.ua](mailto:info@brand.dp.ua);
  - 4.5.2 На II-му та III-му етапах: в електронному вигляді на пошту [info@brand.dp.ua](mailto:info@brand.dp.ua) та на CD/DVD носіях за адресою: 49000, Україна, м. Дніпро, вул. Воскресенська 14, Комунальне підприємство «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради, 2 поверх.
- 4.6. Кожен учасник може подати необмежену кількість робіт.
- 4.7. Оргкомітет не несе відповідальності за несвоєчасне надходження, втрату чи пошкодження заявки.
- 4.8. Конкурс проводиться у III етапи:
  - I етап – відбірковий (08.06 – 30.06 ) – прийом заявок та концептуальних пропозицій протягом 23 днів з моменту оголошення конкурсу;
  - II етап - пів-фінал (03.07 – 07.07 ) – відбір оргкомітетом в рамках відкритої бренд-сесії, трьох основних концептуальних ідей (з логотипом включно); 04.07 – 07.07 – доопрацювання фінальних робіт згідно із наданими рекомендаціями від оргкомітету конкурсу;
  - III етап – фінал (10.07 – 14.07) – оприлюднення конкурсних робіт трьох фіналістів та онлайн-голосування за найкращу концептуальну пропозицію та логотип протягом 10 днів.

- 4.9. Оцінювання робіт:  
Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою. Максимальна оцінка експертної ради 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів онлайн голосуванні отримує додаткових 30 балів.
- 4.10. Конкурсні роботи, які надійдуть несвоєчасно або не відповідатимуть умовам Конкурсу, або оформлені з порушенням встановлених правил, до участі у Конкурсі не допускаються.
- 4.11. Конкурсні роботи, подані на Конкурс, не повертаються і не рецензуються.
- 4.12. 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.
- 4.13. Факт участі у Конкурсі означає ознайомлення та повну згоду учасників з Положенням про конкурс.

## 5. ВИМОГИ ДО КОНКУРСНИХ РОБІТ

- 5.1. До участі в Конкурсі на I етапі допускаються конкурсні роботи, які включають наступні елементи:
- 5.1.1 зміст концептуальної ідеї бренду;
  - 5.1.2 графічне зображення логотипу (графічні елементи, образи, шрифти, кольорові рішення);
  - 5.1.3 специфікацію кольорів;
  - 5.1.4 авторські пояснення щодо виконання логотипу;
  - 5.1.5 приклади поєднання логотипу з офіційною символікою міста 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, малих архітектурних формах міста, тощо;
  - 5.1.6 письмове обґрунтування концептуальної ідеї та логотипу
- 5.2. Після подачі конкурсної заявки учасники Конкурсу зобов'язані ознайомитись з результатами соціологічного дослідження, SWOT-аналізу, попередніми концепціями бренду міста Дніпро.
- 5.3. До участі у III етапі Конкурсу допускаються лише ті конкурсні роботи, автори яких врахували всі зауваження та пропозиції від Оргкомітету на II етапі.
- 5.3. Конкурсні роботи мають супроводжуватися заявою, підписаною автором роботи, про те, що він (вона) у разі перемоги згоден на укладання договору про передачу комунальному підприємству «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради м Дніпро виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип.
- 5.4. Логотип повинен бути оригінальним за ідеєю та змістом художнього рішення, які відображатимуть мету і завдання Конкурсу, бути сучасним, багатограним графічним елементом.
- 5.5. Логотип повинен бути унікальним, лаконічним та передавати унікальні конкурентні переваги міста Дніпро на міському, регіональному, національному та міжнародному рівнях та формувати позитивний імідж міста.
- 5.6. Логотип повинен відповідати нормам моралі та етики.

- 5.7. Логотип повинен бути максимально спрощеним для виготовлення, без перевантаження зайвою інформацією.
- 5.8. Логотип повинен бути однаково естетично привабливим, як в кольоровому (художньому), так і чорно-білому (графічному) виконанні.
- 5.9. Логотип має відповідати технологічним вимогам (збереження можливості читання при змінах розміру, однаково вдалий вигляд як в кольоровому, так і в монохромному варіанті).
- 5.11. На конкурс логотипів не допускається подання зображення, права інтелектуальної власності на які (елементи яких) належать іншим власникам.

## **6. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ТА ПАРАМЕТРИ**

- 6.1. Концептуальна пропозиція має містити:
  - 6.1.1. Презентацію у форматі Microsoft Power Point або PDF до 15 слайдів.
  - 6.1.2. Опис концептуальної пропозиції у форматі PDF.
- 6.2. На III етап Конкурсу учасники подають роботи:
  - 6.2.1. 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);
  - 6.2.2. У векторному форматі файлів (\*cdr, \*eps, \*ai).
- 6.3. Логотип має бути розроблений в 4-х варіантах зображення:
  - 6.3.1. Повнокольорове зображення на білому тлі;
  - 6.3.2. Чорно-біле зображення на білому тлі;
  - 6.3.3. Кольорове зображення на чорному тлі;
  - 6.3.4. Чорно-біле зображення на чорному тлі.
- 6.4. Назва конкурсної роботи (назва файла/файлів) повинна містити прізвище автора та номер варіанту (якщо від одного автора подано кілька ескізів).

## **7. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ**

- 7.1. Оцінювання учасників Конкурсу здійснюють члени Оргкомітету - представники місцевого самоврядування, експерти в галузі маркетингу, брендингу, PR, дизайну.
- 7.2. Роботи конкурсантів оцінюються за 100 бальною шкалою.
  - 7.2.1. Максимальна оцінка експертної ради 70 балів. Конкурсна робота, яка набрала найбільшу кількість голосів в он-лайн голосуванні, отримує додаткових 30 балів.
- 7.3. Засідання оргкомітету поводяться у Агентстві розвитку Дніпра у термін, узгоджений з усіма членами Оргкомітету.
- 7.4. Допускається присутність членів Оргкомітету у режимі відео-конференції.
- 7.5. Алгоритм роботи членів Оргкомітету:
  - 7.5.1 Кожен член Оргкомітету отримує у електронному вигляді надіслані на конкурс матеріали. До них додається оціночний лист (Додаток 3).
  - 7.5.2. Ознайомившись із матеріалам, член Оргкомітету заповнює оціночний лист відповідно до Критеріїв оцінювання робіт учасників відкритого творчого

конкурсу на визначення концептуальної ідеї бренду міста Дніпро та його логотипу (Додаток 4).

- 7.5.3. Член Оргкомітету повинен у спеціальній графі оціночного листа надати розгорнуте обґрунтування свого вибору.
- 7.5.4. Заповнений оціночний лист експерт надає секретарю конкурсу у паперовому, або сканованому вигляді з особистим підписом.
- 7.6. Результати роботи Оргкомітету оформляються протоколом засідання за підписом всіх членів Оргкомітету.
- 7.7. Рішення членів Оргкомітету фіксується в протоколі секретарем конкурсу.
- 7.7.1. Протокол засідання містить інформацію:
  - дату, час та місце проведення;
  - прізвища, імена та по-батькові членів Оргкомітету;
  - прізвища, імена та по-батькові конкурсантів;
  - результати голосування.
- 7.8. Оргкомітет на II етапі Конкурсу визначає три роботи - фіналістів на основі критеріїв оцінки та голосування членів Оргкомітету.
- 7.9. Вибрані та доопрацьовані роботи фіналістів на III етапі конкурсу оприлюднюються у ЗМІ з метою проведення опитування громадської думки та онлайн-голосування.
- 7.10. Переможцем конкурсу вважається робота, яка отримала максимальну підсумкову кількість балів за результатами оцінки Оргкомітету та онлайн-голосування.
- 7.11. Рішення про переможця онлайн-голосування затверджується протоколом Оргкомітету.
- 7.12 Рішення журі оскарженню не підлягає.

## **8. ПРИЗОВИЙ ФОНД ТА НАГОРОДЖЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ**

- 8.1. Оголошення результатів Конкурсу оприлюднюються на офіційному сайті «Агентства розвитку Дніпра» ([dda.dp.ua](http://dda.dp.ua)), сайті «Ребрендинг міста Дніпро» ([brand.dp.ua](http://brand.dp.ua)) та сайті міської ради ([dnipro rada.gov.ua](http://dnipro rada.gov.ua)) та в засобах масової інформації.
- 8.2. 3 (три) переможці першого етапу конкурсу отримують по 3000 (три тисячі) гривень премії від організаторів конкурсу.
- 8.3. Переможець конкурсу отримує диплом та винагороду від організаторів конкурсу у вигляді 40 000 (сорок тисяч) грн. на розробку повноцінного бренд-буку, який включатиме:
  - логотип (повна версія, спрощена версія, варіанти відображення, переклад на англійську, російську мови, німецьку мови);
  - кольорова гама;
  - шрифти (вибір);
  - візитки;
  - бланки;
  - декоративні елементи;
  - патерни;

- шаблони сувенірної продукції;
  - наклейка, брелок, значок, кепка, футболка, USB-накопичувач);
  - дизайн головної сторінки туристичного Порталу міста Дніпро;
  - дизайн маркетингової стратегії просування бренду;
  - дизайн трьох об'єктів малих архітектурних форм з урахуванням відповідного плану щодо їх створення;
- 8.4. Комунальне підприємство «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради затверджує результати Конкурсу та логотип міста Дніпро для реалізації та практичного використання.

## **9. АВТОРСЬКІ ПРАВА**

- 9.1. Переможець Конкурсу зобов'язаний укласти з комунальним підприємством «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради договір про передачу виключних майнових авторських та суміжних прав на логотип.
- 9.2. 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 Виконавчому комітету міської ради міста Дніпро.
- 9.3. У разі, якщо переможець Конкурсу протягом 5 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.
- 9.4. 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.
- 9.5. Оргкомітет не несе ніяких зобов'язань щодо будь-яких прав третьої сторони.

## Додаток 1.

### Склад Оргкомітету Конкурсу

1. **Іван Ліптуга** – директор департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, експерт в галузі брендингу та розвитку територій.
2. **Володимир Панченко** – директор КП «Агенство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради.
3. **Ярослав Ярошенко** – керівник напрямку брендингу КП «Агенство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради.
4. **Валерія Бондаренко** – директор ТОО «Славута», експерт з питань креативного менеджменту, нетворкінгу та фандрейзінгу.
5. **Олена Мотузенко** – експерт з питань брендингу територій та гастрономічного туризму. Доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
6. **Олександр Дмитрук** – експерт з питань урбаністики та екотуризму. Завідувач кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
7. **Іван Воїн** – директор студії Івана Воїна, чіф-дизайнер Асоціації «Туризм Одеси».
8. **Тарас Литвин** – директор Інституту Blue Mountain в Україні, дизайнер.
9. **Дмитро Волик** – головний архітектор м. Дніпро.
10. **Артем Неділько** – директор департаменту з питань місцевого самоврядування, внутрішньої та інформаційної політики Дніпровської міської ради.
11. **Олександр Шикуненко** – заступник міського голови м. Дніпро.
12. **Анна Полішко** – кандидат економічних наук, доцент позаштатний консультант з питань національного брендингу у Brand Finance plc (Лондон, Великобританія).
13. **Наталія Чернишова** – начальник управління економічного розвитку та інвестицій Дніпровської міської ради.
14. **Петро Матусевич** – керівник відділу маркетингу, «Genesis System».
15. **Дмитро Кисилевський** – директор з корпоративних відносин, «Інтерпайп».
16. **Микола Щербина** – директор з маркетингу, ПАТ КБ «Приват Банк».



**Додаток 2.****Форма заявки**

Прізвище \_\_\_\_\_

Ім'я \_\_\_\_\_

По-батькові \_\_\_\_\_

Місце роботи (навчання) \_\_\_\_\_

Адреса для листування \_\_\_\_\_

Контактний телефон \_\_\_\_\_

Електронна адреса \_\_\_\_\_



#### Додаток 4.

### Критерії оцінювання робіт учасників відкритого творчого конкурсу на визначення концептуальної ідеї бренду міста Дніпро та його логотипу

1. Оціночної шкала:
  - 1.1. Оригінальність / унікальність – ідея проекту має бути оригінальною за змістом концептуального та художнього рішення, відповідати меті і завданням Конкурсу; відрізнятись від інших існуючих символів (логотипів, слоганів та ін. знаків інших міст, територій, продуктів, послуг) – до 10 балів.
  - 1.2. Конкурентність – проект передавати конкурентні переваги міста Дніпро на міському, регіональному, національному та міжнародному рівнях – до 10 балів.
  - 1.3. Етичність – проект повинен відповідати нормам моралі та етики, не повинен мати двозначних тлумачень – до 10 балів.
  - 1.4. Лаконічність – проект повинен бути максимально простим у сприйнятті без перевантаження зайвою інформацією – до 10 балів.
  - 1.5. Привабливість – пропонуваній проект повинен бути однаково естетично привабливим, як в кольоровому (художньому), так і чорно-білому (графічному) виконанні – до 10 балів;.
  - 1.6. Технологічність – проект має відповідати технологічним вимогам (збереження можливості читання при змінах розміру, однаково вдалий вигляд як в кольоровому, так і в монохромному варіанті), бути максимально зручним для виготовлення – до 10 балів.
  - 1.7. Позитивність – проект повинен формувати позитивний імідж міста (області) – до 10 балів.
2. Експерти оцінюють конкурсні роботи за 10 бальною шкалою, визначають відповідність представлених проектів позиціям 1 – 7 вище наведеної оціночної шкали (максимальна оцінка 70 балів). За результатами онлайн-голосування роботи – переможці отримують до 30 балів (відповідно 30 – 20 - 10 додаткових балів за I – II – III місця відповідно). Сумарна максимальна оцінка 100 балів.