



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
КУЛЬТУРЫ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
«РОСИЗО»

ПОЛОЖЕНИЕ

о творческом конкурсе на лучший дизайн-проект фирменного стиля юбилейных мероприятий, приуроченных к празднованию 200-летия со дня рождения Федора Михайловича Достоевского

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее положение устанавливает требования, порядок и правила проведения Творческого конкурса по выбору лучшего дизайн-проекта фирменного стиля юбилейных мероприятий, приуроченных к празднованию 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского (далее – Конкурс).

1.2. Конкурс проводится в целях создания уникального фирменного стиля для поддержания идентичности образа Ф.М. Достоевского – выдающегося русского писателя и мыслителя, как одного из самых уважаемых, почитаемых и читаемых классиков мировой литературы, идентификации и четкого позиционирования всех проводимых мероприятий, управления их узнаваемостью, выстраивания системы визуальной коммуникации в различных каналах (социальные сети, печатные материалы, мероприятия).

1.3. Основаниями проведения Конкурса являются: Указ Президента Российской Федерации от 24 августа 2016 года № 424 «О праздновании 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 3 мая 2017 года № 839-р «Об организационном комитете по подготовке и проведению празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского» и Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2017 года № 2989-р «Об утверждении Плана

основных мероприятий по подготовке и проведению празднования в 2021 году 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского».

1.4. Конкурс проводится под эгидой Министерства культуры Российской Федерации.

1.5. Организатором Конкурса выступает Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный музейно-выставочный центр «РОСИЗО» (далее – «РОСИЗО»).

1.6. Обязанности по подготовке, организации и проведению конкурса возлагаются на Дирекцию по координации подготовки и проведения празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского, как на структурное подразделение, входящее в состав «РОСИЗО».

1.7. Конкурс проводится в один этап в номинации «Лучший дизайн-проект фирменного стиля празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского».

1.8. Оценка представленных на Конкурс работ и объявление победителя возлагается на Жюри Конкурса.

1.9. Организатор Конкурса может учреждать специальные призы, дипломы и сертификаты для победителя и участников конкурса.

1.10. Организатор Конкурса может осуществлять подбор партнеров Конкурса из представителей средств массовой информации, финансовых и страховых институтов, организаций поставщиков и производителей продукции, необходимой для реализации проектов Конкурса, российских государственных и частных коммерческих и некоммерческих организаций.

1.11. Организатор Конкурса при необходимости вправе определять финансирование Конкурса и приоритетные направления для его финансирования.

2. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ КОНКУРСА И ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТАМ

2.1. Основными целями конкурса являются:

- формирование уникального стиля юбилейных мероприятий и торжеств, посвященных личности Ф.М. Достоевского, его биографии и творческому наследию;
- создание четкой и ясной системы идентификации, позиционирования и узнаваемости подготовительных мероприятий и основных торжеств, приуроченных к юбилею Ф.М. Достоевского;
- выстраивание на основе уникального стиля доступной и ясной системы визуальной коммуникации в различных каналах (социальные сети, печатные материалы, мероприятия) для привлечения повышенного внимания к проводимым мероприятиям со стороны широкой мультиязычной аудитории.

2.2. Основными задачами конкурса являются:

- формирование конкурентной среды в отрасли культуры путем создания и поддержки творческих проектов;
- создание условий для творческой самореализации граждан Российской Федерации;
- вовлечение населения Российской Федерации в создание и продвижение культурного продукта;
- содействие популяризации культурного наследия Российской Федерации как внутри страны, так и за ее пределами;
- выбор и утверждение по итогам конкурсного отбора лучшего дизайн-проекта и его последующее применение организаторами и участниками в рамках проводимых мероприятий.

2.3. Требования к проектным дизайнерским решениям указаны и определены в Техническом задании (Приложение № 2), являющегося неотъемлемой частью настоящего Положения.

3. ПРАВИЛА КОНКУРСА

3.1. Конкурс является открытым.

3.2. К участию в конкурсе приглашаются профессиональные коммерческие и некоммерческие организации, студенты и преподаватели

специализированных художественных и дизайнерских учреждений высшего и специального образования, частные дизайнеры и авторские коллективы.

3.3. Конкурс проводится без предъявления возрастных ограничений к участникам.

3.4. Один участник может подать до 3-х (трех) заявок с проектами фирменного стиля, выполненными в соответствии с требованиями Технического задания (Приложение №2).

4. РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ И ПОРЯДОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОВ

4.1. В соответствии с п. 1.6. Положения Дирекция по координации подготовки и проведения празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского «РОСИЗО» (далее – Дирекция) осуществляет прием, рассмотрение, регистрацию и учет конкурсных заявок и презентаций проектов, а также их дальнейшую передачу для оценки жюри Конкурса; на период приема заявок оказывает консультационное содействие всем желающим принять участие в Конкурсе.

4.2. Регистрация и участие в Конкурсе являются бесплатными.

4.3. Желающие принять участие в Конкурсе должны в установленные сроки направить по электронной почте в адрес Дирекции Заявку участника по форме, указанной в Приложении № 1 к Положению о Конкурсе, и свой проект.

4.4. Проект представляется в виде презентации по образцам фирменного стиля в формате MS PowerPoint (электронная версия) в формате *.ppt * pptx

4.5. Для удобства участников Конкурса допускается возможность первоначальной подачи Заявки участника с последующим представлением самого проекта.

4.6. В случае отдельной подачи Заявки и проекта, проект должен быть направлен до истечения установленного срока приема заявок.

4.7. Документы (заявки, презентации проектов, требования разъяснений), полученные после истечения установленного срока приема заявок, не

рассматриваются. Презентация проекта к ранее направленной заявке, направленная и поступившая после истечения установленного срока приема заявок к участию в конкурсе, не принимается и признается недействительной.

4.8. Прием документов и переписка по вопросам участия в Конкурсе осуществляется по адресу электронной почты: dostoevskiy200@rosizo.ru

5. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ УЧАСТНИКА

5.1. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Положением участник Конкурса, т.е. физическое или юридическое лицо, подавшее заявку, которая прошла регистрацию у Организатора имеет право:

- знакомится с публикуемыми документами Конкурса;
- запрашивать в корректной форме у Организатора разъяснения по любым вопросам, относящимся к проведению Конкурса;
- направить до 3-х (трех) заявок с проектами;
- отказаться от участия в Конкурсе и отозвать ранее направленные заявку(ки) и проект(ы) без объяснения причин до истечения установленного срока приема заявок;

5.2. Участник Конкурса обязан:

- соблюдать Положение о Конкурсе и его условия;
- предоставлять достоверную и полную информацию о себе в соответствии с требованиями настоящего Положения.
- отвечать на запросы Организатора, относящиеся к поданным документам.

6. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ОРГАНИЗАТОРА

6.1. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Положением Организатор Конкурса имеет право:

- проверять заявки участников через открытые источники информации на предмет соответствия участников конкурсным требованиям и действующему законодательству Российской Федерации;
- мотивированно отказать в регистрации заявки участнику;
- запрашивать у участника дополнительную информацию, имеющую отношение к проводимому Конкурсу и поданной заявке.

6.2. Организатор Конкурса обязан:

- соблюдать Положение о Конкурсе и его условия;
- принимать, рассматривать и регистрировать заявки участников конкурса, соответствующие предъявляемым настоящим Положением требованиям;
- в срок, не превышающий 5 (пяти) рабочих дней, информировать участника о результатах рассмотрения его заявки;
- предоставлять в письменной или устной форме зарегистрированным участникам разъяснения по любым вопросам, относящимся к проведению Конкурса.

7. ЖЮРИ КОНКУРСА

7.1. В соответствии с п. 1.8. Положения Жюри Конкурса по завершении установленного срока подачи заявок и проектов рассматривает все полученные Организатором проекты, оценивает их на предмет соответствия Техническому заданию и определяет одного победителя.

7.2. Полномочия Жюри и его состав определяются Положением о Жюри Конкурса.

8. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И ЗАВЕРШЕНИЕ КОНКУРСА

8.1. Победитель Конкурса будет оглашен публично на торжественной церемонии награждения. Дата церемонии будет объявлена не позднее, чем за 5 (пять) рабочих дней до ее проведения.

8.2. После проведения церемонии награждения победителя Конкурс считается завершенным.

9. СРОКИ ПРВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

9.1. Сроки проведения конкурса определяются согласованным решением Организатора.

9.2. Информация о сроках проведения Конкурса должна быть размещена в открытых источниках Организатором не позднее, чем за 5 (пять) рабочих дней до его начала.

9.3. Период приема заявок и проектов будет составлять не менее 30 (тридцати) календарных дней с момента начала Конкурса.

9.4. Период рассмотрения проектов не должен превышать 30 (тридцати) календарных дней с момента окончания Конкурса.

10. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

10.1. По завершению Конкурса Организатор заключает с победителем Конкурса соответствующий договор, который в соответствии с ч. 3 ст. 421 ГК РФ может являться смешанным и содержать элементы договоров подряда, возмездного оказания услуг, отчуждения исключительных прав и т.д. К отношениям Сторон по настоящему Договору, если это не противоречит настоящему Договору и его неотъемлемым частям, в соответствующих частях применяются правила гражданского законодательства о договорах, элементы которых содержатся в настоящем Договоре.

10.2. Проекты, не победившие в Конкурсе, остаются в распоряжении Организаторов, которые не вправе использовать их, или их элементы без согласия авторов.

10.3. Направляя заявку на участие в Конкурсе, Участник дает свое согласие на обработку его персональных данных со стороны Организатора.

10.4. В соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» Организатор обязуется не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия Участника.

10.5. Контактная информация Организатора:

Наименование (полное): Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный музейно-выставочный центр «РОСИЗО».

Наименование (краткое): ФГБУК ГМВЦ «РОСИЗО».

Наименование уполномоченного подразделения: Дирекция по координации подготовки и проведения празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского.

Почтовый адрес: 109387, город Москва, Люблинская улица, дом 48 строен. 1.

Контактный телефон: +7 (495) 350-02-95 (доб. 71 41).

Адрес электронной почты: dostoevskiy200@rosizo.ru

В Дирекцию по координации подготовки и проведению празднования 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского ФГБУК ГМВЦ «РОСИЗО»

от

для физических лиц ФИО (полностью)*/
для юридических лиц полное наименование
организации (ИНН, ОГРН)

для физических лиц место работы (учебы)

должность

контактная информация (телефон, E-mail)

З А Я В К А**

Прошу допустить меня к участию в конкурсе на дизайн-проект фирменного стиля к юбилею Ф.М. Достоевского.

С Положением о конкурсе и правилами его проведения ознакомлен.

Проект в виде итоговой презентации по образцам фирменного стиля в формате MS PowerPoint:

– прилагается

– будет направлен дополнительно

«_____» _____ 2019

Подпись

Фамилия, инициалы

* при отправлении заявки от лица авторского коллектива, указать данные одного из авторов

** Заполняя настоящую форму, в соответствии с требованиями статьи 9 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», я подтверждаю свое согласие на обработку вносимых в форму моих персональных данных, лицом осуществляющим обработку персональных данных на основании данной формы (далее Оператор), в том числе: 1) ФИО; 2) адрес электронной почты, контактный телефон.

Предоставляю Оператору право осуществлять все действия (операции) с моими персональными данными, включая сбор, систематизацию, накопление, хранение, обновление, изменение, использование, обезличивание, блокирование, уничтожение.

Целью обработки персональных данных является моя регистрация в творческом конкурсе на основании заполненной формы.

Оператор имеет право на обмен (прием и передачу) моими персональными данными с использованием машинных носителей или по каналам связи, с соблюдением мер, обеспечивающих их защиту от несанкционированного доступа.

Настоящее согласие действует бессрочно, срок хранения моих персональных данных не ограничен.

Оставляю за собой право отозвать свое согласие посредством составления соответствующего письменного документа, который может быть направлен мной в адрес Оператора по почте заказным письмом с уведомлением о вручении либо вручен лично под расписку представителю Оператора.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Термины и определения:

1.1. Для целей Положения о Конкурсе используются нижеуказанные термины, которые означают следующее:

СМУК	Субтрактивная схема формирования цвета, используемая для стандартной триадной печати.
PANTONE	Цветовая модель Пантон – стандартизированная система подбора цвета, которая использует цифровую идентификацию цветов изображения для полиграфии печати как смесевыми, так и триадными красками.
RGB	Аддитивная цветовая модель, описывающая способ кодирования цвета для цветовоспроизведения.
Бренд	Комплекс информации о компании, продукте или работе: имя, термин, знак, символ, дизайн, набор ценностей и атрибутов, предназначенных для идентификации товаров или работ.
Брендбук	Документ, описывающий идеологию, стратегию бренда и все значимые элементы бренда. Включает в себя гайдлайн (анг. guideline) или логобук (анг. logobook) – руководство по визуальным стандартам, атрибутам и идентификаторам бренда, описывающее правила их использования на различных носителях (деловая документация, рекламные материалы и т.д.)
Брендинг	Оформление товаров, средств производства, офисных и торговых помещений, рекламных и коммуникационных материалов, транспортных средств и т.д. в соответствии с фирменным стилем компании или бренда.
Дизайн-концепция (дизайн-графическая концепция)	Основная идея рекламных материалов. Концепция очерчивает основные характеристики дизайна, которые определяют вид графики, цветовое содержание, размещение отдельных художественных элементов и т.д.
Стилеобразующие элементы	Графический элемент фирменного стиля (некий визуальный образ), который дополнительно с другими элементами (знаком, логотипом, шрифтами, цветами) позволяет выделять бренд в визуальных коммуникациях, сделать его узнаваемым, запоминающимся, уникальным.
Позиционирование	Комплекс целенаправленных маркетинговых мероприятий по приданию организации, товару

	(услуге) определенного имиджа с целью занятия места (ниши) на рынке.
Целевая аудитория	Все потенциальные и реальные потребители услуги/товара, сохраняющие заинтересованность в нем определенное время или готовые изменить свои предпочтения в пользу данного товара (услуги) при определенных условиях.
Фирменный стиль	Набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых одной идеей, основная задача которых – выделить организацию среди подобных и создать уникальные узнаваемые образы в глазах представителей различных аудиторий. Основа фирменного стиля – логотип. Также фирменный стиль предполагает наличие стилиобразующих элементов, правил и принципов их употребления.
Логотип	Главный элемент фирменного стиля, представляющий собой изображение в виде надписи и/или рисунка с различными графическими элементами, которое в дальнейшем используется для идентификации организации на рынке товаров или услуг.
Гайдбук	Набор стандартов и правил по применению знака, логотипа, элементов бренда, шрифтового и цветового исполнения, а также правильного размещения каждого элемента фирменного стиля на различных носителях.
Кобрендинг	Любое употребление элементов фирменного стиля, как правило, логотипа, в композиционно-графической модели сторонних стилей. Например, указание логотипов партнеров на афише, выполненной в фирменном стиле отличном от стилей логотипов партнеров. Кобрендинговые правила регламентируют употребление логотипа в несвойственных ему графических средах наиболее выгодным для его узнаваемости образом.
Дизайн-макет	Идея по художественному и техническому оформлению информации, представленная в графическом виде с помощью графических редакторов.
Платформа бренда	Детальное описание желаемого образа бренда для единого понимания внутри компании среди ее партнеров (соответствует позиционированию). Бренд платформа задает ключевые компоненты бренда, которые транслируются потребителю.

1.2. Термины и определения, не указанные выше, соответствуют действующему законодательству РФ, обычаям делового оборота, терминам и

определениям, применяемым при аналогичных правоотношениях в аналогичной ситуации.

2. Цели услуг/работ:

Создание уникального фирменного стиля мероприятий по празднованию 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского для их идентификации и четкого позиционирования, управления их узнаваемостью, выстраивания системы визуальной коммуникации в различных каналах (социальные сети, печатные материалы, мероприятия); создание руководства по использованию фирменного стиля (логобук и гайдлайн).

3. Услуги/работы:

Разработка фирменного стиля мероприятий по празднованию 200-летия со дня рождения Ф.М. Достоевского и руководства по его использованию (логобук и гайдлайн).

4. Задачи услуг/работ:

- 4.1. Создание визуальной идентификации.
- 4.2. Создание стандартов визуальной коммуникации в различных каналах (социальные сети, печатные материалы, мероприятия).
- 4.3. Предоставление разработанных логобука и гайдлайна.

5. Разработка графической концепции

- 5.1. Перечень и условия оказания услуг: предложения разработанного фирменного стиля включают в себя логобук и гайдлайн.
- 5.2. Логотип.
- 5.3. Цвета фирменного стиля:
 - CMYK – для полноцветной печати (process color).
 - Pantone – для печати смесевыми красками (spot color).
 - RGB и HEX – для отображения на экране и веб-конструирования.

5.4. Типографика:

- Концепция для разработки фирменного шрифта по мотиву существующего логотипа мероприятий.
- Подбор шрифтов для использования в цифровой среде и на печатных носителях.

5.5. Фирменные стилеобразующие элементы.

5.6. Правила построения композиции из персонажа и стилеобразующих элементов в фирменном стиле.

5.7. Система построения фирменного блока, минимальные размеры, правила масштабирования:

- Примеры неверного использования логотипов и фирменного блока.
- Правила употребления логотипа и фирменного блока в кобрендинговых коммуникациях.

6. Предоставление проекта на конкурс

Проект представляется в виде итоговой презентации по образцам фирменного стиля в формате MS PowerPoint в электронной версии.