

# Regulamin konkursu Superbrands 2020

## 1. Organizator

Organizatorem konkursu Superbrands jest New Communications Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie 02-557, ul. Bałuckiego 20/3. Organizator jest wyłącznym przedstawicielem w Polsce ogólnopolskiej organizacji The Superbrands Ltd.

Superbrands jest słowno-graficznym znakiem towarowym zarejestrowanym przez Organizatora w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej i posiadającymi świadectwo ochronne (nr świadectwa R-182223).

## 2. Pojęcia i definicje

Wyrażenia i skróty używane w niniejszym regulaminie oznaczają:

- a. **Album Superbrands:** Wydawnictwo towarzyszące każdej edycji Konkursu Superbrands prezentujące drogę do sukcesu najsilniejszych marek konsumenckich i biznesowych uczestniczących w Klubie Superbrands.
- b. **Badanie konsumenckie:** badanie Indeksu Siły Marki realizowane przez niezależny instytut badawczy metodą CAWI na próbie N > 10 tys.
- c. **Gala Superbrands:** Uroczystość wręczenia Statuetek Superbrands członkom Klubu Superbrands.
- d. **Głosowanie Rady Marek:** Proces oceny marek przez niezależnych ekspertów będących członkami Rady Marek.
- e. **Godło Superbrands:** Znak graficzny potwierdzający przynależność do Klubu Superbrands oraz fakt przyznania tytułu Superbrands 2020.
- f. **Index Siły Marki:** Różnica polecenia i odradzania marki obliczona w Badaniu Konsumenckim.
- g. **Klub Superbrands:** Grono właścicieli marek nagrodzonych tytułem Superbrands, którzy nabyli licencję na wykorzystywanie Godła Superbrands.
- h. **Konkurs Superbrands:** Plebiscyt mający na celu coroczne wyłonienie marek wypełniających definicję „Marki Superbrand”.
- i. **Laureat:** Marka, która uzyskała tytuł Superbrands.
- j. **Proces certyfikacji:** Działania prowadzące do wyłonienia marek nagrodzonych godłem Superbrands.
- k. **Rada Marek:** Grono ekspertów oceniających marki biorące udział w konkursie Superbrands 2020.
- l. **Statuetka Superbrands:** Wyróżnienie potwierdzające zdobycie Godła Superbrands i udział w Klubie Superbrands.
- m. **Superbrand:** Marka, która osiągnęła najlepszą reputację w swojej dziedzinie. Oferuje konsumentom znaczące emocjonalne bądź fizyczne korzyści, których pragną i które rozpoznają. Korzyści te stanowią o jej przewadze nad markami konkurencyjnymi.

## 3. Cel konkursu

- a. Celem konkursu jest wybór marek wypełniających definicję Superbrand.
- b. Wybór marek wypełniających definicję Superbrand następuje w wyniku Procesu Certyfikacji określonego w niniejszym regulaminie.

## 4. Proces certyfikacji

- a. Udział w Procesie Certyfikacji marek jest bezpłatny i nie wiąże się z żadnymi obowiązkami ze strony właściciela marki.
- b. Proces Certyfikacji odbywa się corocznie w ustalonym przez Organizatora terminie na zasadzie trzystopniowej kwalifikacji:
  - i. Etap I: kompletowanie przez Organizatora informacji o markach, aktualizacja bazy marek, aktualizacja kategorii konkursowych, opracowanie ostatecznej listy marek wraz z kategoriami obowiązującymi w danym roku.
  - ii. Etap II: badanie znajomości marki i skłonności do jej rekomendacji realizowane przez niezależny instytut badawczy metodą CAWI na próbie N > 10 tys. respondentów.
  - iii. Etap III: głosowanie Rady Marek.
- c. O przyznaniu tytułu Superbrands decydują połączone wyniki niezależnego badania konsumenckiego oraz wyniki głosowania członków Rady Marek.

- d. Tytuł Superbrands otrzymują marki, które:
  - i. osiągną w badaniu konsumenckim Index siły marki powyżej 70% średniej z indeksu TOP 3 marek w danej kategorii.
  - ii. osiągną w głosowaniu Rady Marek ocenę pozytywną na poziomie 50% + 1 głos wszystkich oddanych głosów.
- di. Właściciele marek, które pozytywnie przejdą Proces Certyfikacji otrzymują informację o przyznaniu tytułu Superbrands oraz zaproszenie do Klubu Superbrands.
- dii. Laureaci mogą bezpłatnie posługiwać się tytułem Superbrands (słownie informować o wyróżnieniu, bez możliwości użycia znaku graficznego) i wykorzystywać go w swojej komunikacji PR.

## 5. Klub Superbrands

- a. Członkostwo w Klubie Superbrands dostępne jest wyłącznie dla właścicieli marek, które pozytywnie przeszły Proces Certyfikacji i otrzymały Certyfikat Superbrands.
- b. Udział w Klubie Superbrands jest dobrowolny i wymaga akceptacji oferty przedstawionej przez Organizatora.
- c. W ramach członkostwa w Klubie Superbrands zgłoszona marka otrzymuje licencję na używanie Godła Superbrands oraz dostęp do innych świadczeń określonych w ofercie.
- d. W szczególności, uczestnik Klubu Superbrands otrzymuje gwarancję udziału w Gali Superbrands, podczas której wręczone zostaną Statuetki Superbrands potwierdzające zdobycie tytułu Superbrands przez markę jak również publikację w Albumie Superbrands historii marki prezentującą jej drogę do sukcesu.

## 6. Godło Superbrands

- a. Godło musi być używane według wytycznych przekazanych przez Organizatora.
- b. Godło może być wykorzystywane w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, na wszystkich nośnikach (m.in. informacje prasowe, outdoor, reklama TV, materiały POS, opakowania).
- c. Godło może być stosowane wyłącznie w komunikacji produktów lub usług występujących pod marką, która została zgłoszona do Klubu.
- d. Jakkolwiek ingerencja w wygląd Godła wymaga każdorazowej, pisemnej akceptacji Organizatora.
- e. Licencja na wykorzystanie Godła obowiązuje do 31 grudnia 2021 roku. Dopuszcza się używanie Godła po tym terminie w materiałach archiwalnych lub prezentujących historię wyróżnień.
- f. Licencja obejmuje wykorzystanie znaku wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
- g. Materiały graficzne Godła zostaną przekazane Uczestnikowi po otrzymaniu przez Organizatora wpłaty pierwszej raty płatności za udział w Klubie.
- h. Wykorzystywanie Godła Superbrands przez jego laureatów nie może naruszać obowiązujących na terenie Polski przepisów prawa.

## 7. Postanowienia końcowe

- a. W sprawach interpretacji zapisów i wymagań regulaminowych decyzje podejmuje wyłącznie Organizator Konkursu.
- b. Organizator zastrzega sobie prawo cofnięcia lub zawieszenia prawa do tytułu, w przypadku rażącego naruszenia zasad korzystania ze znaku Superbrands.
- c. Niniejszy regulamin obowiązuje od dnia 31 sierpnia 2019 r.