

Regulamin konkursu Superbrands Polska 2026

1. Organizator

- Organizatorem konkursu Superbrands Polska 2026 jest New Communications Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, 00-542, ul. Mokotowska 49. 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:

- Album Superbrands:** wydawnictwo towarzyszące każdej edycji Konkursu Superbrands Polska, prezentujące drogę do sukcesu najsilniejszych marek konsumenckich i biznesowych uczestniczących w Klubie Superbrands.
- Badanie konsumenckie:** badanie znajomości marki i spełniania przez nią lub nie definicji „Superbrand”, realizowane przez niezależny instytut badawczy metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie losowo-kwotowej liczącej co najmniej 5 tysięcy osób w wieku od 18 do 65 lat.
- Gala Superbrands:** uroczystość wręczenia Statuetek Superbrands Polska 2026 członkom Klubu Superbrands.
- Głosowanie Rady Marek:** proces oceny marek konsumenckich przez niezależnych ekspertów będących członkami Rady Marek.
- Głosowanie Ekspertów Konfederacji Lewiatan:** Proces oceny marek biznesowych przez niezależnych ekspertów branżowych z Konfederacji Lewiatan.
- Godło Superbrands:** Znak słowno-graficzny potwierdzający przynależność do Klubu Superbrands oraz fakt przyznania tytułu Superbrands 2026.
- Godło Business Superbrands:** Znak słowno-graficzny potwierdzający przynależność do Klubu Superbrands oraz fakt przyznania tytułu Business Superbrands 2026.
- Klub Superbrands:** Grono właścicieli marek nagrodzonych tytułem Superbrands i/lub Business Superbrands, którzy nabyli licencję na wykorzystanie Godła Superbrands i/lub Godła Business Superbrands.
- Konkurs Superbrands:** Plebiscyt mający na celu coroczne wyłonienie marek wypełniających definicję „Superbrand”.
- Laureat:** Marka, która uzyskała tytuł Superbrands i/lub Business Superbrands 2026.
- Proces Certyfikacji Marek:** Działania prowadzące do wyłonienia marek nagrodzonych Godłem Superbrands i/lub Business Superbrands 2026.
- Rada Marek:** Grono ekspertów oceniających marki konsumenckie biorące udział w konkursie Superbrands Polska 2026.
- Statuetka Superbrands:** wyróżnienie potwierdzające zdobycie Godła Superbrands i/lub Business Superbrands 2026 oraz udział w Klubie Superbrands.
- Superbrand:** marka, która osiągnęła najlepszą reputację w swojej dziedzinie, oferującą konsumentom znaczące emocjonalne bądź fizyczne korzyści, których pragną i które rozpoznają; korzyści te stanowią o jej przewadze nad markami konkurencyjnymi.

3. Cel konkursu

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

4. Proces Certyfikacji Marek konkursu Superbrands Polska 2026 – marki konsumenckie

- Udział w Procesie Certyfikacji Marek jest bezpłatny i nie wiąże się z żadnymi obowiązkami ze strony właściciela marki.
- Proces Certyfikacji Marek odbywa się corocznie w ustalonym przez Organizatora terminie na zasadzie trzystopniowej kwalifikacji:
 - Etap I: skompletowanie przez Organizatora informacji o markach, aktualizacja bazy marek, aktualizacja kategorii konkursowych, opracowanie ostatecznej listy marek wraz z kategoriami obowiązującymi w danym roku.
 - Etap II: badanie znajomości marki i spełniania lub niespełniania przez nią definicji „Superbrand”, realizowane przez niezależny instytut badawczy metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie losowo-kwotowej, liczącej co najmniej 5 tysięcy osób w wieku od 18 do 65 lat.
 - Etap III: głosowanie Rady Marek
- O przyznaniu tytułu Superbrands Polska 2026 decydują połączone wyniki niezależnego badania konsumenckiego oraz wyniki głosowania członków Rady Marek.
- Tytuł Superbrands Polska 2026 otrzymują marki, które:
 - osiągną w badaniu konsumenckim powyżej 50% średniej dla TOP 3 marek w danej kategorii.
 - osiągną w głosowaniu Rady Marek ocenę pozytywną na poziomie 50% + 1 wszystkich oddanych głosów.
- Właściciele marek, które pozytywnie przejdą Proces Certyfikacji Marek, otrzymują informację o przyznaniu tytułu Superbrands Polska 2026 oraz zaproszenie do Klubu Superbrands.
- Laureaci mogą posługiwać się tytułem Superbrands Polska 2026 (słownie poinformować o wyróżnieniu, bez możliwości użycia znaku graficznego) i wykorzystywać go w swojej komunikacji PR.

5. Proces Certyfikacji Marek konkursu Business Superbrands Polska 2026 – marki biznesowe

- Udział w Procesie Certyfikacji Marek jest bezpłatny i nie wiąże się z żadnymi obowiązkami ze strony właściciela marki.
- Proces Certyfikacji Marek odbywa się corocznie w ustalonym przez Organizatora terminie na zasadzie dwustopniowej kwalifikacji:
 - 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.
 - Etap II: głosowanie Ekspertów Konfederacji Lewiatan
- O przyznaniu tytułu Business Superbrands 2026 decydują wyniki głosowania Ekspertów Konfederacji Lewiatan.
- Tytuł Business Superbrands 2026 otrzymają marki, które pozytywnie przejdą weryfikację i ocenę w czterech obszarach: jakość produktów lub usług, jakość relacji B2B, innowacyjność, działania CSR.
- Właściciele marek, które pozytywnie przejdą Proces Certyfikacji, otrzymują informację o przyznaniu tytułu Business Superbrands 2026 oraz zaproszenie do Klubu Superbrands.
- Laureaci mogą posługiwać się tytułem Business Superbrands 2026 (słownie informować o wyróżnieniu, bez możliwości użycia znaku graficznego) i wykorzystywać go w swojej komunikacji PR.

6. Klub Superbrands

- Członkostwo w Klubie Superbrands dostępne jest wyłącznie dla właścicieli marek, które pozytywnie przeszły Proces Certyfikacji Marek i otrzymały list gratulacyjny.
- Marki będące członkami Klubu Superbrands w latach poprzednich otrzymują możliwość przedłużenia członkostwa na rok kolejny bez konieczności ponownego udziału w procesie certyfikacji.
- Udział w Klubie Superbrands jest dobrowolny i wymaga akceptacji oferty przedstawionej przez Organizatora.
- W ramach członkostwa w Klubie Superbrands zgłoszona marka otrzymuje licencję na używanie Godła Superbrands i/lub Business Superbrands Polska 2026 oraz dostęp do innych świadczeń określonych w ofercie.
- W szczególności, uczestnik Klubu Superbrands otrzymuje gwarancję udziału w Gali Superbrands, podczas której wręczone zostaną Statuetki Superbrands Polska 2026, potwierdzające zdobycie przez markę tytułu Superbrands i/lub Business Superbrands Polska 2026, jak również publikacji historii sukcesu marki w Albumie Superbrands.

7. Godło Superbrands

Godło Superbrands jest słowno-graficznym znakiem towarowym, zarejestrowanym przez Organizatora w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej i posiadającym świadectwo ochronne (nr świadectwa R-265420).

- Godło musi być używane według wytycznych przekazanych przez Organizatora.
- Godło może być wykorzystywane w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, na wszystkich nośnikach (m.in. informacje prasowe, outdoor, reklama TV, materiały POS, opakowania).
- Godło może być stosowane wyłącznie w komunikacji produktów lub usług występujących pod marką, która została zgłoszona do Klubu.
- Jakiegokolwiek ingerencja w wygląd Godła wymaga każdorazowej pisemnej akceptacji Organizatora.
- Licencja na wykorzystanie Godła obowiązuje do 31 grudnia 2027 roku. Dopuszcza się używanie Godła po tym terminie w materiałach archiwalnych lub prezentujących historię wyróżnień.
- Licencja obejmuje wykorzystanie znaku wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
- Materiały graficzne Godła zostaną przekazane Uczestnikowi po otrzymaniu przez Organizatora wpłaty za udział w Klubie.
- Wykorzystywanie Godła Superbrands i/lub Business Superbrands przez jego laureatów nie może naruszać obowiązujących na terenie Polski przepisów prawa.

8. Postanowienia końcowe

W sprawach interpretacji zapisów i wymagań regulaminowych decyzje podejmuje wyłącznie Organizator Konkursu.

Organizator zastrzega sobie prawo cofnięcia lub zawieszenia prawa do tytułu, w przypadku rażącego naruszenia zasad korzystania ze znaku Superbrands.

Niniejszy regulamin obowiązuje od dnia 2 stycznia 2026 r.