



**Regulamin Ogólnopolskiego Konkursu
i Programu Rankingowego
„Marka Roku”
(edycja 2025)**

Idea, założenia i cele strategiczne Programu

§ 1

1. Ogólnopolski Konkurs i Program Rankingowy „Marka Roku”, zwany dalej „Programem”, organizowany jest przez Fundację Wspierania Jakości i Innowacji z siedzibą w Krakowie, ul. Zamknięta 10 / 1.5, 30-554 Kraków zwaną dalej Organizatorem.
2. Istotą Programu jest świadczenie usług certyfikacji środowiskowej i rankingowania przedsiębiorstw, przedsiębiorców i innych podmiotów prowadzących działalność rynkową oraz oferowanych przez nich usług, produktów i marek.
3. Usługi certyfikacji świadczone w Programie mają charakter certyfikacji „trzeciej strony”, w której niezależna jednostka gospodarcza dokonuje ewaluacji podmiotów uczestniczących w Programie oraz zgłoszonych do Programu usług, produktów i marek w celu zweryfikowania i potwierdzenia, iż podmioty te oraz zgłoszone do Programu usługi, produkty i marki spełniają kryteria certyfikacyjne określone w niniejszym Regulaminie.
4. Program odbywa się w rocznym cyklu edycyjnym.

§ 2

Celem Programu jest:

- A. Promocja firm, usług i marek o najwyższych walorach dla klientów,
- B. Prezentowanie klientom najlepszych polskich marek w różnych sektorach i branżach rynkowych,
- C. Rankingowanie marek dostępnych na polskim rynku,
- D. Promocja polskich przedsiębiorców będących liderami rynku,
- E. Rozwój idei przedsiębiorczości,
- F. Wspieranie firm w działalności marketingowej,
- G. Premiowanie innowacji, nowoczesności i jakości w działaniach rynkowych firm,
- H. Budowanie pozytywnego wizerunku Laureatów konkursu.

§ 3

1. Tytuł i Statuetka „Marka Roku” mogą być przyznane przedsiębiorcom i przedsiębiorstwom oraz innym jednostkom i podmiotom prowadzącym działalność rynkową na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej w odniesieniu do zgłoszonych do Programu produktów, usług lub marek.
2. Certyfikat otrzymać mogą podmioty oferujące na rynku produkty, usługi lub marki, które - w ocenie Organizatora i powołanych przez Organizatora członków Komisji Konkursowej - spełniają wszystkie bądź większość z poniższych kryteriów:
 - a. deklarują przestrzeganie wysokich standardów w dziedzinie zarządzania, w szczególności zarządzania jakością i zarządzania wartością dla klienta,
 - b. wyróżniają się wysoką jakością świadczonych usług / oferowanych produktów / marek lub szeroką i zdywersyfikowaną ofertą rynkową
 - c. wykazują troskę o zapewnienie najwyższych standardów w relacjach ze swoimi interesariuszami zewnętrznymi (klientami, kontrahentami etc.),
 - d. deklarują, iż działają zgodnie z przepisami prawa,
 - e. starają się kształtować własną ofertę rynkową, uwzględniając potrzeby i oczekiwania otoczenia zewnętrznego,
 - f. posiadają potencjał innowacyjny lub rozwojowy, w szczególności w zakresie oferowanych produktów, usług lub marek,
 - g. oferują na rynku produkty, usługi lub marki wartościowe pod względem cech użytkowych, ceny, form dystrybucji i innych elementów marketingu produktowego,
 - h. prowadzą aktywność w zakresie komunikacji rynkowej w sposób efektywny, wartościowy treściowo i formalnie, interesujący, atrakcyjny dla klientów - w szczególności w odniesieniu do oferowanych produktów, usług lub marek,
 - i. stosują nowoczesne narzędzia marketingu,
 - j. budują swój wizerunek oraz markę oferowanych produktów / usług w sposób nowoczesny i skuteczny.

§ 4

Program i postępowanie certyfikacyjne z nim związane mogą odbywać się w kategoriach branżowych ustanowionych przez Organizatora.

Przyznawane Tytuły

§ 5

1. W Programie można uzyskać następujące Tytuły i Statuetki:
 - a. Tytuł i Statuetka „Marka Roku” – otrzymują je uczestnicy Programu, którzy w toku oceny konkursowej uzyskają co najmniej 26 punktów,
 - b. Certyfikat Srebrny „Marka Roku” – otrzymują je z mocy niniejszego regulaminu podmioty, które po raz trzeci uzyskują Tytuł i Statuetkę „Marka Roku”,
 - c. Certyfikat Złoty „Marka Roku” – otrzymują je z mocy niniejszego regulaminu podmioty, które po raz szósty uzyskują Tytuł i Statuetkę „Marka Roku”,
2. W Programie, dla jego Laureatów, mogą być przyznawane również inne, dodatkowe statuetki, dyplomy, tytuły i nagrody specjalne, nadane przez zarząd Organizatora.

§ 6

Podmioty, które otrzymają Tytuł i Statuetkę „Marka Roku”, mają prawo posługiwania się tytułem, znakiem graficznym, dyplomem (certyfikatem) i statuetką „Marka Roku” - z oznaczeniem roku, w którym zostały one nadane - wyłącznie przez okres 12 miesięcy od dnia oficjalnego ogłoszenia wyników Programu.

§ 7

1. Tytuły, certyfikaty, znaki graficzne i statuetki przyznawane w ramach Programu mogą być wykorzystywane (przez okres 12 miesięcy od dnia oficjalnego ogłoszenia wyników Programu) do wszelkich celów informacyjnych i wizerunkowych Podmiotów nagrodzonych w Programie, a w szczególności mogą być publikowane przez Podmioty wyróżnione w Programie na ich stronach internetowych, w dokumentach firmowych, materiałach prasowych, broszurach itp., z poszanowaniem i uwzględnieniem zasad określonych przepisami prawa i normami deontologii zawodowej, których zobowiązany jest przestrzegać Laureat Programu.
2. Tytuły, certyfikaty, znaki graficzne i statuetki przyznawane w ramach Programu są znakami chronionymi prawem autorskim i mogą być wykorzystywane wyłącznie przez podmioty certyfikowane w Programie (Laureatów Programu), zgodnie z postanowieniami niniejszego Regulaminu.
3. Po upływie okresu 12 miesięcy od ogłoszenia wyników Programu Laureat zobowiązany jest do trwałego usunięcia ze wszystkich pól eksploatacji (w rozumieniu prawa autorskiego) wszelkich wizualizacji certyfikatu, znaku graficznego i statuetki „Marka Roku”. Wizualizacje, o których mowa w zdaniu 1 usunąć należy w szczególności ze strony internetowej laureata oraz mediów społecznościowych.
4. Podmiot, który posługiwał się Tytułem, Znakiem Graficznym lub wizualizacją certyfikatu bądź statuetki „Marka Roku” bez uprawnień, w szczególności po upływie okresu 12 miesięcy (w tym prezentował ten znak na swojej stronie internetowej, w social mediach lub na innych nośnikach marketingowych) zapłaci na rzecz Organizatora Programu karę umowną w wysokości 15.000 zł.

§ 8

Ogłoszenie wyników Programu oraz wręczenie Tytułów i Statuetek następuje po zakończeniu procedury certyfikacji i może mieć miejsce podczas Gali Finałowej Programu.

Przebieg procedury certyfikacyjnej

§ 9

1. Zgłoszenia udziału w Programie dokonują organy lub osoby upoważnione do reprezentowania podmiotu ubiegającego się o uzyskanie Tytułu i Statuetki „Marka Roku”.
2. Zgłoszenia udziału w Programie dokonuje się poprzez przesłanie na adres e-mail wskazany przez Organizatora zgłoszenia wraz z wypełnioną ankietą certyfikacyjną (ankietą samooceny) w terminie określonym przez Organizatora i ogłoszonym na stronie internetowej Programu. Dopuszczalne jest przesłanie zgłoszenia wraz z wypełnioną ankietą certyfikacyjną (ankietą samooceny) wyłącznie w formie elektronicznej.

§ 10

1. Ankieta certyfikacyjna (konkursowa) obejmuje pytania o charakterze ilościowym i jakościowym odnoszące się do firmy, produktu, usługi / marki zgłaszanej do Programu.
2. Uczestnik Programu może zgłosić do Programu więcej niż jeden produkt, usługę lub markę.

§ 11

Przystępując do Programu, uczestnicy wyrażają zgodę na udostępnianie swoich danych teleadresowych oraz materiałów i informacji niezbędnych do prawidłowego i rzetelnego przeprowadzenia procedury certyfikacji.

§ 12

Uczestnicy Programu zobowiązują się do udzielania zgodnych z prawdą informacji, będących podstawą dokonania oceny, w zakresie objętym procedurą certyfikacji.

§ 13

1. Zgłoszenia i ankiety nadesłane przez uczestników Programu podlegają ocenie formalnej, w toku której Organizator bada poprawność wypełnienia dokumentów oraz ich aspekty formalno-prawne.
2. Zgłoszenia i ankiety zweryfikowane pozytywnie w toku oceny formalnej kierowane są do oceny merytorycznej. Organizator przekazuje zgłoszenia i ankiety przyjęte do oceny merytorycznej członkom Komisji Konkursowej, którzy przeprowadzają drugi etap procedury certyfikacyjnej (konkursowej) i decydują ostatecznie o przyznaniu punktów rankingowych będących podstawą uzyskania Tytułu i Statuetki „Marka Roku”.

§ 14

1. Członkowie Komisji Konkursowej analizują i oceniają ankiety konkursowe pod względem merytorycznym.
2. Każdą ankietę konkursową ocenia niezależnie od siebie 2 członków Komisji Konkursowej.
3. Informacja o tym, którzy z członków Komisji Konkursowej oceniają daną ankietę konkursową jest poufna i znana wyłącznie Organizatorowi. Zakazane jest ujawnianie tej informacji wobec uczestników Programu ani żadnych innych osób, za wyjątkiem sytuacji, w której członek komisji konkursowej osobiście zwraca się do uczestnika Programu z wnioskiem o przekazanie dodatkowych informacji niezbędnych w procedurze certyfikacyjnej.
4. Członkowie Komisji Konkursowej dokonują oceny merytorycznej ankiet konkursowych, kierując się zasadami prawdy, obiektywizmu, rzetelności i uczciwości.
5. Członkowie Komisji Konkursowej pracują na zasadzie niezawisłości. Zakazane jest wpływanie na ich oceny.
6. Podczas trwania procedury konkursowej członkowie Komisji Konkursowej mogą występować do uczestnika Programu o przekazanie dodatkowych, szczegółowych informacji nie ujawnionych w ankiecie konkursowej, w zakresie objętym procedurą certyfikacyjną. W takim wypadku uczestnik Programu jest obowiązany do przekazania członkom Komisji Konkursowej informacji, o których mowa w zdaniu 1.
7. Podczas trwania procedury konkursowej członkowie Komisji Konkursowej mają prawo weryfikowania przekazanych przez uczestników Programu informacji.
8. Członkowie Komisji Konkursowej, po dokonaniu szczegółowej analizy ankiet konkursowych, przyznają punkty rankingowe, za pomocą których dokonują oceny zgłoszonych do Programu marek, produktów lub usług.
9. Każdy z członków Komisji Konkursowej, oceniających daną ankietę konkursową, przyznaje uczestnikowi Programu – w odniesieniu do zgłoszonej do konkursu marki, produktu lub usługi - od 0 do 25 punktów rankingowych. W przypadku zgłoszenia przez danego uczestnika Programu więcej niż jednej marki, produktu lub usługi, każde z nich ocenia się w Programie odrębnie.
10. Tytuł i Statuetkę „Marka Roku” przyznaje się uczestnikom Programu, którzy spełnili wymogi Programu i uzyskali w procedurze certyfikacyjnej co najmniej 26 punktów rankingowych na 50 możliwych do uzyskania.

§ 15

1. Członków Komisji Konkursowej powołuje się spośród osób reprezentujących środowisko akademickie oraz środowisko specjalistów w zakresie zarządzania oraz komunikacji społecznej i rynkowej. W komisji konkursowej zasiadać mogą osoby spełniające co najmniej jeden z poniższych wymogów:
 - a) posiadanie tytułu naukowego, stopnia naukowego lub tytułu zawodowego w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości lub nauki o komunikacji społecznej,
 - b) posiadanie dorobku naukowego lub zawodowego w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości lub nauk o komunikacji społecznej, w szczególności w zakresie marketingu i public relations,
 - c) posiadanie wykształcenia kierunkowego (co najmniej średniego lub średniego branżowego) lub znaczącego doświadczenia zawodowego w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, ekonomii lub komunikacji społecznej, w tym zwłaszcza komunikacji rynkowej, marketingu, promocji,
 - d) pełnienie funkcji członka zarządu Organizatora.
2. Zespół członków Komisji Konkursowej powołuje Organizator.
3. Członkowie Komisji Konkursowej zachowują w poufności wszelkie informacje pozyskane w toku Programu, a w szczególności informacje i dane ujawnione w ankietach konkursowych.

§16

Organizator przekazuje uczestnikom Programu informację o wynikach Programu drogą e-mailową.

§17

1. Organizator nie ujawnia nazw ani innych danych uczestników Programu, którzy nie otrzymali Tytułu i Statuetki „Marka Roku”. Organizator może upublicznić jedynie nazwy uczestników Programu, którym przyznano Tytuł i Statuetkę.
2. Ankiety konkursowe oraz inne informacje i dane uczestników Programu, którzy nie uzyskali Tytułu i Statuetki „Marka Roku”, są usuwane / brakowane niezwłocznie po zakończeniu Programu.
3. Dane, które zamieszczają uczestnicy Programu w ankietach, są objęte przez Organizatora klauzulą poufności. Organizator nie ujawnia przekazanych informacji wobec jakichkolwiek osób trzecich.

§ 18

1. Program ma charakter certyfikacji środowiskowej i nie jest dofinansowany ze środków publicznych.
2. Podmiot, który uzyska Tytuł i Statuetkę „Marka Roku”, zobowiązany jest do wniesienia na rzecz Organizatora jednorazowej opłaty certyfikacyjnej. Opłata ta stanowi wynagrodzenie za przeprowadzenie usługi certyfikacji w Programie.
3. Opłata certyfikacyjna wnoszona jest po zakończeniu procedury certyfikacji na podstawie faktury VAT wystawionej przez Organizatora i doręczonej uczestnikowi programu drogą elektroniczną (e-mail). Podmioty, które wezmą udział w Programie, a nie uzyskają Tytułu i Statuetki „Marka Roku”, nie wnoszą opłaty certyfikacyjnej ani żadnych innych opłat.
4. Wysokość opłaty certyfikacyjnej wynosi 5.000 zł netto za każdy produkt, usługę / markę zgłoszoną do Programu przez dany podmiot – jeśli produkt / usługa / marka uzyska Tytuł i Statuetkę „Marka Roku”.
5. Ewentualnej rezygnacji z udziału w Programie uczestnik Programu może dokonać nie później niż w ciągu 14 dni od dnia nadesłania drogą e-mailową swojego zgłoszenia do konkursu. Rezygnacji należy dokonać w formie pisemnej, listem poleconym, na adres Organizatora, pod rygorem nieważności.
6. Po zakończeniu oceny konkursowej i wykonaniu procedury (usługi) certyfikacji z wynikiem pozytywnym (przyznanie Tytułu i Statuetki „Marka Roku”), anulowanie opłaty certyfikacyjnej jest niedopuszczalne.

Postanowienia końcowe

§ 19

Przyznane certyfikaty nie mają charakteru roszczeniowego, co oznacza, że uczestnicy Programu, którym nie przyznano certyfikatów, nie mogą się domagać jakichkolwiek ekwiwalentów z tego tytułu.

§ 20

W sprawach spornych lub nieuregulowanych w niniejszym regulaminie głos decydujący przysługuje Prezesowi Zarządu Organizatora.

§ 21

Organizator zastrzega sobie prawo cofnięcia lub zawieszenia prawa do posługiwania się certyfikatem oraz wszystkich korzyści z tym związanych w przypadku stwierdzenia po stronie podmiotu certyfikowanego w Programie zachowania rażąco naruszającego kryteria przyznania certyfikatu lub innych działań sprzecznych z prawem, zasadami współżycia społecznego lub normami etyki.

§ 22

Przystąpienie do Programu jest równoznaczne z akceptacją treści niniejszego Regulaminu.

§ 23

Wszelkie spory pomiędzy uczestnikami Programu a Organizatorem rozstrzygać będzie sąd właściwy ze względu na siedzibę Organizatora.

Regulamin wchodzi w życie z dniem 22 III 2025 r.