

Regulamin Konkursu

„OPOLSKA MARKA 2009”

1. Cel konkursu „Opolska Marka 2009”

Celem Konkursu „Opolska Marka 2009”, zwanego dalej „Konkursem” jest wyłonienie wiodących eksporterów oraz najlepszych przedsiębiorstw, usług i produktów roku 2009 i ich szerokie promowanie na rynku krajowym i zagranicznym.

Ponadto intencją Konkursu jest rozpowszechnianie informacji o potencjale produkcyjnym i usługowym, innowacyjności i możliwościach eksportowych przedsiębiorstw Województwa Opolskiego oraz promocja produktów i usług wyróżniających się na tle innych w regionie, popularyzowanie wiedzy na temat jakości, nowoczesnych, zgodnych z normami ekologicznymi technologiach produkcji i efektywnych metodach zarządzania, a także efektywne wykorzystanie możliwości wsparcia jakie daje Unia Europejska zwłaszcza w zakresie RPO WO 2007-2013.

2. Organizatorzy Konkursu

Organizatorem Konkursu jest Zarząd Województwa Opolskiego, zwany dalej „Organizatorem”.

3. Uczestnicy Konkursu

3.1. Kategoria „Eksport”

- 1) do udziału zaproszone są wszystkie małe, średnie i duże przedsiębiorstwa, które mają swą siedzibę na terenie Województwa Opolskiego i prowadziły działalność eksportową od co najmniej 3 lat.
- 2) warunkiem przystąpienia do Konkursu jest złożenie w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Opolskiego w Opolu poprawnie wypełnionej Karty Zgłoszenia wraz z aktualnymi sprawozdaniami F01 (Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym za cały 2008 rok oraz za I półrocze 2009 r.) i ostatnim F02 (Statystyczne sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 31.XII.2008 r.) lub innych dokumentów potwierdzających dane dotyczące eksportu – najpóźniej do dnia 15 stycznia 2010 r.

3.2. Kategorie: „Produkt” , „Produkt specjalistyczny” , „Usługa” , „Usługa specjalistyczna”

- 1) do udziału zaproszone są wszystkie podmioty gospodarcze oraz jednostki badawcze, uczelnie wyższe, instytucje kultury i inne jednostki organizacyjne mające swą siedzibę na terenie Województwa Opolskiego zgłaszające do Konkursu produkt/produkt specjalistyczny, usługę/usługę specjalistyczną będące wytworem ich własnej działalności w roku 2009.
- 2) warunkiem przystąpienia do Konkursu jest terminowe złożenie w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Opolskiego w Opolu poprawnie wypełnionej Karty Zgłoszenia wraz z odpowiednio przygotowaną dokumentacją potwierdzającą zalety produktu/produktu specjalistycznego, usługi/usługi specjalistycznej oraz o ile to możliwe, próbki produktu – najpóźniej do dnia 15 stycznia 2010 r.
- 3) uczestnictwo zgłoszonych produktów i usług przewidziane jest według działu Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD).

3.3 Kategoria „Przedsiębiorstwo”

- 1) do udziału zaproszone są podmioty gospodarcze oraz jednostki badawcze mające swą siedzibę na terenie Województwa Opolskiego i prowadzą swoją działalność od co najmniej 3 lat, a dodatkowo:
 - pozyskują w sposób najefektywniejszy środki unijne na prowadzenie działalności,
 - wprowadzają innowacje dzięki RPO WO 2007-2013,
 - pozyskują dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 (lub innych funduszy)
- 2) warunkiem przystąpienia do Konkursu jest złożenie w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Opolskiego w Opolu poprawnie wypełnionej Karty Zgłoszenia wraz z aktualnymi sprawozdaniami F01 (Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym za cały 2008 rok oraz za I półrocze 2009 r.) i ostatnim F02 (Statystyczne sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 31.XII.2008 r.) w terminie podanym w ogłoszeniu do dnia 15 stycznia 2010 r.

3.4 Wyróżnienie mieszkańców Opolszczyzny

- 1) Plebiscyt organizowany jest w 4 kategoriach: „Produkt” „Produkt Specjalistyczny, i „Usługa” „Usługa Specjalistyczna”.
- 2) Wyboru laureata dokonują mieszkańcy Województwa Opolskiego spośród wszystkich zgłoszeń nadesłanych w kategorii „Produkt”, „Produkt Specjalistyczny”, „Usługa”, „Usługa specjalistyczna”.
- 3) Szczegóły i sposób przebiegu plebiscytu reguluje odrębny regulamin.

4. Jury Konkursu

- 4.1. Do oceny zgłoszonych firm Organizator powołuje Jury Konkursu Zarządzeniem Marszałka Województwa Opolskiego.
- 4.2. W skład Jury Konkursu nie mogą wchodzić osoby biorące udział w konkursie.
- 4.3. Jury Konkursu na swym pierwszym posiedzeniu zapoznaje się z regulaminem Konkursu oraz wybiera w głosowaniu jawnym Przewodniczącego Jury, a następnie dzieli się na zespoły (adekwatnie do kategorii).
- 4.5 Przewodniczący Jury Konkursu uczestniczy w posiedzeniu każdego zespołu.
- 4.6 Jury Konkursu w zespołach zapoznaje się z propozycjami nadesłanymi przez uczestników Konkursu i po kompleksowym przeanalizowaniu nadesłanych przez uczestników zgłoszeń wyłania nominowanych w każdej z kategorii.
- 4.7 Jury na wspólnym spotkaniu, zwołanym przez Organizatora, przedstawia nominowanych z poszczególnych kategorii i wspólnie dokonuje wyboru:
 - 2 laureatów w kategorii „Eksport”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
 - 2 laureatów w kategorii „Produkt”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
 - 2 laureatów w kategorii „Produkt specjalistyczny”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
 - 2 laureatów w kategorii „Usługa”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
 - 2 laureatów w kategorii „Usługa specjalistyczna”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
 - 2 laureatów w kategorii „Przedsiębiorstwo”, po 1 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw oraz dużych przedsiębiorstw
- 4.8. Jury może nie dokonać wyboru laureata w którejś z kategorii Konkursu.
- 4.9 Werdykt Jury Konkursu jest ostateczny, bez możliwości odwołania się.

5. Kryteria oceny

5.1. Kryteria oceny Opolskiej Marki w kategorii „Eksport”

- 1) podstawowymi kryteriami oceny stosowanymi przez Jury Konkursu są następujące wskaźniki za 2008 r. i I półrocze 2009 r.:
 - a) rentowność eksportu
 - b) wartość eksportu na 1 zatrudnionego
 - c) dynamika eksportu (nowe rynki zbytu)
 - d) wartość eksportu w ogólnej sprzedaży
- 2) za każde z kryteriów podstawowych członek Jury może przyznać min. 0 max. 15 punktów (karta oceny eksportu w załączeniu)
- 3) dodatkowe kryteria brane pod uwagę przez Jury Konkursu to:
 - wartość sprzedaży eksportowej
 - alokacja eksportu (ilość importerów zagranicznych)
 - innowacyjność (wyroby hi-tech)
 - wynik ekonomiczny firmy
 - znaczenie dla rodzimej (regionalnej) gospodarki w zakresie utrzymania i tworzenia miejsc pracy
 - pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy
- 4) Za każde z kryteriów dodatkowych członek Jury może przyznać min.0 max 10 punktów

- 5) Jury ma możliwość zaproszenie przedstawicieli oraz wizytacji podmiotów, które się zgłosiły do Konkursu, w celu uzyskania dodatkowych informacji.
- 6) Wybór laureatów dokonywany jest w oparciu o zgodność formalną ankiety z wymogami Konkursu, ostatnie sprawozdanie F02 - „Statystyczne sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 31.XII.2008 r.”, aktualne sprawozdania F01 - Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym za okres od początku roku do końca kwartału IV 2008 r. oraz za dwa pierwsze kwartały 2009 r.” (informacje do wyłącznej wiadomości Jury Konkursu) oraz opinię ekspertów.
- 7) Wybór najlepszego przedsiębiorstwa dokonywany jest w oparciu o zgodność formalną KARTY ZGŁOSZEŃ z wymogami Konkursu oraz opinię własną członków Jury.

5.2. Kryteria oceny Opolskiej Marki w kategorii „Produkt” oraz „Produkt specjalistyczny”

- 1) podstawowymi kryteriami oceny dla Opolskiej Marki w kategorii „Produkt” oraz „Produkt specjalistyczny” stosowanymi przez Jury Konkursu są:
 - a) jakość i nowoczesność produktu– dokumenty potwierdzające (atesty, normy, wyróżnienia, posiadane certyfikaty, ISO),
 - b) nowe, atrakcyjne rozwiązania zastosowane w produkcji,
 - c) cechy użytkowe i estetyczne produktu,
 - d) walory promujące region,
- 2) za każde z kryteriów członek Jury może przyznać min. 0 max 15 punktów (karta oceny produktu w załączeniu).
- 3) Dodatkowe kryteria brane pod uwagę przez Jury Konkursu to:
 - a) opinie odbiorców – rekomendacje pisemne,
 - b) zgodność z normami ekologicznymi,
 - c) estetyka opakowania
 - d) pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy
- 4) Za każde z kryteriów dodatkowych członek Jury może przyznać min.0 max 10 punktów.
- 5) Zgłoszone do Konkursu produkty spożywcze oraz inne produkty (o ile to możliwe) powinny być dostarczone na posiedzenie Jury, tak by mogły być poddane weryfikacji przez Jurorów.
- 6) Jury ma możliwość zaproszenia przedstawicieli oraz wizytacji podmiotów, które się zgłosiły do Konkursu, w celu uzyskania dodatkowych informacji.
- 7) Wybór najlepszego produktu oraz produktu specjalistycznego dokonywany jest w oparciu o zgodność formalną KARTY ZGŁOSZEŃ z wymogami Konkursu oraz opinię własną członków Jury.

5.3. Kryteria oceny Opolskiej Marki w kategorii „Usługa” oraz „Usługa specjalistyczna”.

- 1) Podstawowymi kryteriami oceny dla Opolskiej Marki w kategorii „Usługa” stosowanymi przez Jury Konkursu są:
 - a) spełnienie wymagań grupy klientów, do których usługa jest adresowana,
 - b) działania zapewniające utrzymanie poziomu świadczonych usług,
 - c) plan rozwoju i podniesienia poziomu dotychczasowych usług,
 - d) efektywność i skuteczność działania firmy.
 - e) terminowość realizacji usługi,
 - f) jakość usługi,
 - g) innowacyjność,
- 2) Za każde z kryteriów podstawowych członek Jury może przyznać min. 0 max 15 punktów (karta oceny usługi w załączeniu).
- 3) Dodatkowe kryteria brane pod uwagę przez Jury Konkursu to:
 - a) opinie odbiorców (rekomendacje pisemne),
 - b) zgodność z normami ekologicznymi,
 - c) liczba zrealizowanych i niezrealizowanych zamówień,
 - d) liczba reklamacji, liczba uregulowanych reklamacji,
 - e) pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy

- 4) Za każde z kryteriów dodatkowych członek Jury może przyznać min. 0 max 10 punktów.
- 5) Jury ma możliwość zaproszenia przedstawicieli oraz wizytacji podmiotów, które się zgłosiły do Konkursu, w celu uzyskania dodatkowych informacji.
- 6) Wybór najlepszej usługi oraz usługi specjalistycznej dokonywany jest w oparciu o zgodność formalną KARTY ZGŁOSZENIA z wymogami Konkursu oraz opinię własną członków Jury.

5.4. Kryteria oceny Opolskiej Marki w kategorii „Przedsiębiorstwo”

- 1) Podstawowymi kryteriami oceny dla Opolskiej Marki w kategorii „Przedsiębiorstwo” stosowanymi przez Jury Konkursu są:
 - a) wzrost zatrudnienia
 - b) stwarzanie ścieżki kariery nowo zatrudnionym pracownikom
 - c) znaczenie dla rodzimej (regionalnej) gospodarki w zakresie utrzymania i tworzenia miejsc pracy,
 - d) sytuacja finansowa firmy, nakłady inwestycyjne,
 - e) konkurencyjność (pozycja na rynku w regionie, kraju, za granicą),
- 2) Za każde z kryteriów podstawowych członek Jury może przyznać min. 0 max 15 punktów (karta oceny przedsiębiorstwa w załączeniu).
- 3) Dodatkowe kryteria brane pod uwagę przez Jury Konkursu to:
 - a) nagrody, wyróżnienia, certyfikaty uzyskane przez firmę,
 - b) zgodność z normami ekologicznymi,
 - c) pozyskują w sposób najefektywniejszy środki unijne na prowadzenie działalności,
 - d) wprowadzają innowacje dzięki RPO WO 2007-2013,
 - e) pozyskują dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 (lub innych funduszy)
- 4) Za każde z kryteriów dodatkowych członek Jury może przyznać min.0 max. 10 punktów
- 5) Jury ma możliwość zaproszenia przedstawicieli oraz wizytacji podmiotów, które się zgłosiły do Konkursu, w celu uzyskania dodatkowych informacji.
- 6) Wybór najlepszego przedsiębiorstwa dokonywany jest w oparciu o zgodność formalną KARTY ZGŁOSZENIA z wymogami Konkursu oraz opinię własną członków Jury.

5.5. Nagrodzony produkt lub usługa nie może być zgłoszony w kolejnej edycji Konkursu.

6. Znak promocyjny / logo Konkursu

- 1) Prawo wyłączności na znak promocyjny/logo Konkursu „**Opolska Marka**” posiada Zarząd Województwa Opolskiego.
- 2) Prawo posługiwania się znakiem promocyjnym/logo Konkursu potwierdza przyznanie dyplomu z podpisem Marszałka Województwa Opolskiego oraz Przewodniczącego Jury.

7. Nagrody

Nagrody w Konkursie „**Opolska Marka 2009**” są następujące:

- 1) **statuetki** - dla wszystkich laureatów,
- 2) **prawo używania znaku promocyjnego/logo Konkursu** bezterminowo podając każdorazowo rok otrzymania tytułu. Wszyscy laureaci nagrodzeni statuetką uzyskują prawo do wykorzystania logo Konkursu podczas wszelkiego rodzaju przedsięwzięć promocyjnych zarówno w kraju, jak i poza jego granicami, a w szczególności:
 - a) oznakowanie logo Konkursu produktu lub usługi,
 - b) umieszczenia logo na frontowej części budynku, w którym znajduje się zakład,
 - c) umieszczenia logo w swoich materiałach reklamowych.

3) promocja laureatów Konkursu w kraju i za granicą przez Organizatora poprzez:

- a) okolicznościowy katalog prezentujący laureatów w wersjach obcojęzycznych
- b) promocja laureatów w ramach patronatów medialnych Konkursu oraz na stronach internetowych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego,
- c) prezentacja laureatów na imprezach targowych i wystawienniczych w kraju i zagranicą, w których udział bierze Organizator,
- d) udział w kampaniach reklamowych organizowanych przez Organizatora.

9. Rozstrzygnięcie Konkursu

- 1) rozstrzygnięcie Konkursu nastąpi podczas uroczystości wręczenia nagród laureatom Konkursu.
- 2) wyniki Konkursu podane zostaną do publicznej wiadomości w mediach, szczególnie przez patronów medialnych Konkursu, a także w internecie na stronach Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego.

Opolska Marka 2009

karta oceny – kategoria „produkt”

imię i nazwisko jurora.....

Lp	Kryteria podstawowe	punktacja: 0-15 punktów
1.	jakość i nowoczesność produktu– dokumenty potwierdzające (atesty, normy, wyróżnienia, posiadane certyfikaty, ISO)	
2.	nowe, atrakcyjne rozwiązania zastosowane w produkcji	
3.	cechy użytkowe i estetyczne produktu	
4.	walory promujące region	
	Kryteria dodatkowe	punktacja: 0-10 punktów
5.	opinie odbiorców – rekomendacje pisemne	
6.	zgodność z normami ekologicznymi	
7.	estetyka opakowania	
8	pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy	

razem ilość punktów:.....

data, podpis.....

Opolska Marka 2009

karta oceny – kategoria „usługa”

imię i nazwisko jurora.....

Lp.	Kryteria podstawowe	punktacja: 0-15 punktów
1.	spełnienie wymagań grupy klientów, do których usługa jest adresowana	
2.	działania zapewniające utrzymanie poziomu świadczonych usług	
3.	plan rozwoju i podniesienia poziomu dotychczasowych usług	
4.	efektywność i skuteczność działania firmy	
5.	terminowość realizacji usługi	
6.	jakość usługi	
7.	innowacyjność	
	Kryteria dodatkowe	punktacja: 0-10 punktów
8.	opinie odbiorców (rekomendacje pisemne)	
9.	zgodność z normami ekologicznymi	
10.	liczba zrealizowanych i niezrealizowanych zamówień	
11.	liczba reklamacji, liczba uregulowanych reklamacji	
12.	pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy	

razem ilość punktów:.....

data, podpis.....

Opolska Marka 2009

karta oceny – kategoria „eksport”

imię i nazwisko jurora.....

Lp.	Kryteria podstawowe	punktacja: 0-15 punktów
1.	rentowność eksportu	
2.	wartość eksportu na 1 zatrudnionego	
3.	dynamika eksportu (nowe rynki zbytu)	
4.	wartość eksportu w ogólnej sprzedaży	
	Kryteria dodatkowe	punktacja: 0-10 punktów
5.	wartość sprzedaży eksportowej	
6.	alokacja eksportu (ilość importerów zagranicznych)	
7.	innowacyjność (wyroby hi-tech)	
8.	wynik ekonomiczny firmy	
9.	znaczenie dla rodzimej (regionalnej) gospodarki w zakresie utrzymania i tworzenia miejsc pracy	
10.	pozyskane dotacje na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 lub innych funduszy	

razem ilość punktów:.....

data, podpis.....

Opolska Marka 2009

karta oceny – kategoria „przedsiębiorstwo”

imię i nazwisko jurora.....

Lp.	Kryteria podstawowe	punktacja: 0-15 punktów
1.	wzrost zatrudnienia	
2.	stwarzanie ścieżki kariery nowo zatrudnionym pracownikom	
3.	znaczenie dla rodzimej (regionalnej) gospodarki w zakresie utrzymania i tworzenia miejsc pracy	
4.	sytuacja finansowa firmy, nakłady inwestycyjne,	
5.	konkurencyjność (pozycja na rynku w regionie, kraju, za granicą)	
	Kryteria dodatkowe	punktacja: 0-10 punktów
6.	nagrody, wyróżnienia, certyfikaty uzyskane przez firmę	
7.	zgodność z normami ekologicznymi	
8.	efektywność pozyskania środków unijnych na prowadzenie działalności,	
9.	innowacje wprowadzone dzięki RPO WO 2007-2013,	
10.	dotacje pozyskane na rozwój firmy ze środków RPO WO 2007-2013 (lub innych funduszy)	

razem ilość punktów:.....

data, podpis.....