

APROB
PREȘEDINTELE
CAMEREI DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE
A REPUBLICII MOLDOVA


SERGHEI HAREA
"02" februarie 2026



APROB
DIRECTOARE GENERALĂ ADJUNCTĂ
A AGENȚIEI DE STAT PENTRU
PROPRIETATEA INTELLECTUALĂ


NATALIA MOGOL
"02" februarie 2026

REGULAMENTUL CONCURSULUI „MARCA COMERCIALĂ A ANULUI 2025”

I. DISPOZIȚII GENERALE

1.1 Concursul „Marca comercială a anului” este un concurs profesional ce oferă o posibilitate unică pentru a analiza experiența de creare și promovare a mărcilor comerciale, ce permite evidențierea liderilor și stabilirea dinamicii comportamentului consumatorilor pe piața autohtonă, și este inițiat de Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova în conformitate cu Decizia Biroului Executiv nr. 216 din 12.02.2003.

1.2 Concursul este organizat de Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova (CCI) în comun cu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova (AGEPI).

1.3 Pentru nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat” concursul este organizat de CCI în parteneriat cu Centrul Național Anticorupție (CNA).

1.4 Pentru nominalizarea „Locuri de Muncă Prietenoase Familiei” partenerul concursului este UNFPA Moldova (Fondul Națiunilor Unite pentru Populație) în contextul implementării Proiectului „Mai Multe Oportunități: Politici Familiale Sensibile la Gen pentru Sectorul Privat din Balcanii de Vest și Republica Moldova”.

1.5 *Misiunea concursului* este de a contribui la dezvoltarea economiei Republicii Moldova prin creșterea competitivității și sporirea capacităților întreprinderilor autohtone în crearea și promovarea mărcilor comerciale pe piața internă și externă, evaluarea calitativă a acestora, inclusiv pe baza opiniei consumatorilor.

1.6. *Obiectivele concursului* constau în:

- a) Crearea unei imagini de afaceri favorabile a Republicii Moldova;
- b) Identificarea și promovarea strategiilor performante de marketing în domeniul creării și promovării mărcilor comerciale;
- c) Amplificarea recunoașterii brandului din partea consumatorilor și competitivității în cadrul eticii de business;
- d) Efectuarea ratingului mărcilor comerciale de succes pe piața moldovenească;
- e) Asistența informațională a antreprenorialului în domeniul tehnologiilor de marketing eficiente, al publicității, protecției juridice a mărcilor comerciale;
- f) Integrarea efectivă a pieței moldovenești în comunitatea economică mondială;
- g) Examinarea aspectelor inovative ce țin de crearea, promovarea și rebrandingul mărcilor pe piață;
- h) Promovarea și facilitarea implementării standardelor de integritate în sectorul privat.

1.7 Potrivit liberei decizii a organizatorilor, Concursul poate fi mediatizat în scopul informării publicului, inclusiv prin intermediul unor materiale publicitare și/sau cu rol informativ.

II. COMITETUL DE ORGANIZARE A CONCURSULUI

2.1 Activitățile ce țin de organizarea, desfășurarea și totalizarea rezultatelor concursului sunt efectuate de către Comitetul de organizare, a cărui funcționare este reglementată de prezentul Regulament.

2.2 Comitetul de organizare este constituit din reprezentanți ai instituțiilor publice și obștești, specialiști în domeniul marketingului, publicității, proprietății intelectuale, protecției consumatorilor, reprezentanții mediului de afaceri etc.

2.3 Componența nominală a Comitetului de organizare și Regulamentul concursului sunt aprobate anual de organizatori. Informația cu referire la componența nominală a Comitetului de organizare și Regulamentul concursului se publică pe paginile web ale organizatorilor și partenerilor concursului, precum și în mass-media.

2.4 Comitetul de organizare adoptă deciziile prin vot deschis, cu o majoritate de voturi.

2.5 Comitetul de organizare exercită următoarele atribuții:

- 1) elaborează regulamentul concursului;
- 2) înaintează propuneri de modificare și completare a regulamentului concursului;
- 3) informează cu privire la lansarea și perioada de desfășurare a concursului;
- 4) acordă suport consultativ, informațional și publicitar concursului;
- 5) aprobă spoturile/filmele publicitare ale concursului;
- 6) aprobă chestionarul de desfășurare a sondajului în rândul consumatorilor;
- 7) desfășoară activități de atragere a sponsorilor și partenerilor la concurs;
- 8) examinează materialele prezentate pentru concurs, inclusiv concluziile experților;
- 9) desemnează învingătorii concursului, organizează ceremonia de premiere.

2.6 În scopul efectuării unei analize profesionale independente, consultării materialelor depuse și examinării mărcilor comerciale prezentate la concurs, Comitetul de organizare aprobă un grup de experți din domeniile respective, denumit Juriu, și antrenează organizații de cercetare independente.

2.7 În perioada desfășurării concursului în calitate de coorganizatori pot fi implicați și alți parteneri în temeiul unei cereri, depuse către Comitetul de organizare.

III. PARTICIPANȚII LA CONCURS

3.1 La concurs pot participa întreprinderi și organizații cu diverse forme de proprietate, persoane juridice înregistrate în Republica Moldova, precum și persoane fizice care produc bunuri materiale și/sau prestează servicii pe teritoriul țării. Participarea la concurs este benevolă.

3.2 Participanții la concurs pot prezenta mărci comerciale de produse și/sau servicii pentru întreaga gamă de produse și/sau servicii a întreprinderilor, sau mărci comerciale pentru anumite produse și/sau servicii ale întreprinderilor.

3.3 La concurs se admit doar mărcile comerciale care la momentul depunerii cererii de participare sunt înregistrate și valabile pe teritoriul Republicii Moldova, conform legislației.

3.4 Prin derogare de la prevederile menționate mai sus, pentru participarea la concurs în categoria „Debutul Anului” se admit mărcile comerciale care la momentul depunerii cererii de participare sunt depuse spre înregistrare la AGEPI.

3.5 Prin derogare de la prevederile menționate supra, pentru participare la nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat” sunt admise societățile comerciale, exponente ale businessului mare, mic și mijlociu, inclusiv entitățile publice prevăzute la art.3 lit. d) din Legea integrității nr.82/2017 „întreprinderile de stat sau municipale, societăți pe acțiuni în care

statul deține pachetul majoritar de acțiuni”, care au cel puțin o cerere de înregistrare a mărcii depusă la AGEPI sau o marcă comercială înregistrată.

3.6 Nu sunt admise la concurs întreprinderile pentru care a fost inițiată procedura de faliment.

3.7 Prin aplicarea la Concurs, atât persoana fizică, cât și împuternicitul persoanei juridice își exprimă acordul ca datele sale cu caracter personal să fie prelucrate de către organizatori, în scopul desfășurării Concursului.

3.8 Organizatorii au dreptul să anunțe public numele și prenumele participantului care a câștigat premiul, inclusiv prin intermediul propriilor site-uri web oficiale.

3.9 Prin acceptarea premiului, participantul consimte la utilizarea numelui și prenumelui său, precum și a pozei cu câștigătorul în materialele difuzate/diseminate de organizatori în mod gratuit.

IV. NOMINALIZĂRILE CONCURSULUI

4.1 Mărcile se depun la concurs, se examinează și sunt nominalizate potrivit următoarelor criterii:

- 1) Conform criteriilor de consum;
- 2) Conform criteriilor de profesionalism;

4.2 Nominalizări conform criteriilor de consum:

1) **Nominalizarea „APRECIEREA CONSUMATORILOR”**. La această nominalizare sunt desemnate mărci comerciale clasate pe primele locuri în ratingurile acestora în rândul consumatorilor atât conform criteriilor de popularitate, cât și conform indicatorilor de preferință.

2) **Nominalizarea „MARCA LOCALĂ”**. La această nominalizare sunt desemnate mărcile comerciale ale companiilor autohtone, ai căror titulari își desfășoară activitatea de antreprenoriat (sau întreprinzător) într-o anumită regiune a țării și întreprind acțiuni de promovare doar pe acest teritoriu.

4.3 Nominalizări conform criteriilor de profesionalism:

1) **Nominalizarea „DEBUTUL ANULUI”**. Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile companiilor autohtone, producătoare de bunuri și/sau prestatoare de servicii, care au cea mai reușită lansare a mărcii comerciale pe piața autohtonă în anul de concurs.

2) **Nominalizarea „EXPORT”** (pentru cea mai eficientă strategie care a adus rezultate considerabile la intrarea pe noi piețe). Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile companiilor autohtone, producătoare de bunuri și/sau prestatoare de servicii, înregistrate în străinătate, care cuceresc piețe externe și creează o imagine favorabilă a țării. Comitetul de organizare desemnează marca comercială a cărei promovare pe piețele externe este efectuată cu cel mai înalt profesionalism (se ia în considerare înregistrarea mărcii în țările în care se promovează, numărul de țări în care marca este înregistrată, volumul vânzărilor raportat la perioada examinată).

3) **Nominalizarea „INTER”** (marca companiilor străine care se promovează activ pe piața moldovenească). Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile comerciale ale titularilor străini, înregistrate și valabile pe teritoriul Republicii Moldova. Criteriul esențial de evaluare la această nominalizare este eficiența de aplicare a strategiei locale de promovare a mărcilor comerciale ale companiilor străine în Republica Moldova (volumul vânzărilor raportat la perioada examinată, luând în considerare ratingul mărcii comerciale).

4) **Nominalizarea „LIDERUL ANULUI”** (cea mai de succes strategie a mărcii comerciale pe teritoriul Republicii Moldova). Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile comerciale ale companiilor autohtone. Evaluarea se va face în funcție de rezultatele realizării strategiei mărcii comerciale, incluzând poziționarea acesteia, ideea creativă, complexul formelor de comunicare de marketing, creșterea vânzărilor, majorarea cotei pe piață, valoarea mărcii comerciale, imaginea mărcii, obligatoriu luându-se în considerare ratingul în rândul consumatorilor.

5) **Nominalizarea „IMM-UL FAVORIT AL ANULUI”** (nominalizare dedicată întreprinderilor în cadrul cărora activează până la 250 de angajați și care înregistrează rezultate remarcabile prin promovarea și dezvoltarea mărcii pe care o dețin). Evaluarea se va face în baza criteriului privind numărul de salariați ai companiei, dar și a rezultatelor înregistrate prin realizarea strategiei mărcii comerciale, fapt ce va permite o concurență echitabilă în raport cu alte companii.

6) **Nominalizarea „MARCA COMERCIALĂ RESPONSABILĂ SOCIAL”** (popularizarea responsabilității sociale a businessului pe teritoriul țării). La această nominalizare pot participa atât mărcile comerciale ale companiilor autohtone, cât și cele străine, care includ în dezvoltarea și promovarea lor cele mai bune idei ale marketingului social și care au devenit exponenți ai valorilor umanitare de actualitate. Drept criteriu de apreciere în cadrul nominalizării respective vor servi conștientizarea problemei în domeniul responsabilității sociale corporative, la a cărei soluționare contribuie marca comercială, instrumentele de realizare a scopurilor și nivelul atins în îndeplinirea obiectivelor propuse.

7) **Nominalizarea „BUSINESS ON-LINE”**. La această nominalizare pot participa mărcile comerciale, care au atins succese remarcabile și au vizibilitate în rândul consumatorilor datorită prezenței și utilizării diferitor platforme virtuale, rețele de socializare și alte tehnici din domeniul telecomunicațiilor. Drept criteriu de apreciere în cadrul nominalizării date va constitui strategia de marketing orientată spre promovarea on-line, creșterea numărului de consumatori și a volumului de vânzări.

8) **Nominalizarea închisă „REPUTAȚIE ȘI ÎNCREDERE”**. La această nominalizare nu se depun cereri de participare. Distincțiile vor fi conferite prin decizia Comitetului de organizare. Vor fi apreciate cea mai originală, creativă idee a mărcii comerciale și realizarea sistemică a acesteia în atributele, imaginea produsului sau serviciilor; strategiile de promovare și rezultatul obținut, precum și ratingul în rândul consumatorilor.

9) **Nominalizarea „REBRANDING”**. La această nominalizare pot participa atât mărcile comerciale ale companiilor autohtone, cât și ale celor străine, care și-au schimbat componentele lor individuale, precum numele, logo-ul, elementele de identitate vizuală, cu scopul de a spori loialitatea clienților, precum și unicitatea mărcii. Comitetul de organizare va stabili marca comercială, al cărei rebranding a fost mai eficient și mai profesionist. Se vor mai lua în considerare volumul vânzărilor după rebranding, sporirea cotei de piață și ratingul în rândul consumatorilor.

10) **Nominalizarea „FEMEIA ÎN AFACERI”**. Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile companiilor producătoare de bunuri și prestatoare de servicii, care sunt conduse de o femeie. Această nominalizare are ca scop evidențierea forței feminine care se regăsește în topul managementului companiilor și aprecierea la justa valoare a competențelor acestora în afaceri.

11) **Nominalizarea „ECONOMIA VERDE”**. Participarea la această nominalizare este deschisă pentru mărcile companiilor producătoare de bunuri sau prestatoare de servicii care contribuie direct și măsurabil la dezvoltarea umană sustenabilă. Această nominalizare are drept scop evidențierea mărcilor care își propun îmbunătățirea bunăstării și echității sociale, concomitent cu reducerea semnificativă a riscurilor de mediu și a problemelor ecologice și care optează pentru o dezvoltare economică durabilă, fără a cauza degradarea mediului.

12) **Nominalizarea „AFACERI DE FAMILIE”**. La această nominalizare pot participa mărcile comerciale care aparțin întreprinderilor constituite din 2 sau mai mulți membri ai aceleiași familii și cărora le aparține peste 50% din afacere. Prin noțiunea de „familie” se subînțelege soțul, soția, copiii acestora, inclusiv care au împlinit vârsta de 16 ani, rudele și afinii până la gradul al doilea inclusiv. Evaluarea se va face în funcție de rezultatele realizării strategiei mărcii comerciale, incluzând rolurile atribuite membrilor familiei în cadrul întreprinderii și realizării scopurilor de marketing, poziționarea mărcii, ideea creativă, complexul formelor de comunicare de marketing, creșterea vânzărilor, majorarea cotei pe piață, valoarea mărcii comerciale, imaginea mărcii, obligatoriu luându-se în considerare ratingul în rândul consumatorilor.

13) **Nominalizarea „IMPLEMENTAREA STANDARDELOR DE INTEGRITATE ÎN SECTORUL PRIVAT”**. Participarea la această nominalizare este deschisă pentru exponenții sectorului privat, inclusiv entitățile publice prevăzute la art.3 lit. d) din Legea integrității nr.82/2017 „întreprinderile de stat sau municipale, societățile pe acțiuni în care statul deține pachetul majoritar de acțiuni”, care au cereri de înregistrare a mărcii depuse la AGEPI și/sau mărci comerciale înregistrate. Nominalizarea are drept scop evidențierea societăților comerciale care implementează standarde de integritate în companii, iar prin exemplul său și bunele practici diseminate, facilitează și încurajează implementarea standardelor de integritate în sectorul privat.

14) **Nominalizarea „LOCURI DE MUNCĂ PRIETENOASE FAMILIEI”**. La această nominalizare pot participa mărcile comerciale ale companiilor care facilitează realizarea echilibrului dintre responsabilitățile de muncă și responsabilitățile de îngrijire și familiale, prin crearea unei culturi și a unui mediu de lucru care să susțină și să ofere sprijin practic și abstract angajaților.

V. CATEGORIILE CONCURSULUI

5.1 La fiecare nominalizare a concursului pot fi prezentate mărci pentru următoarele categorii de produse și servicii:

- 1) Produse alimentare;
- 2) Bere și băuturi nealcoolice;
- 3) Vinuri și băuturi alcoolice;
- 4) Produse și servicii în domeniul energiei și construcțiilor (comercializarea produselor din petrol și gaze, distribuirea energiei electrice și termice, servicii de construcții, servicii imobiliare);
- 5) Produse și servicii de sănătate și frumusețe (parfumerie și cosmetică, medicamente, produse de igienă personală, servicii farmaceutice, servicii medicale, servicii balneo-sanatoriale și servicii de îngrijire a frumuseții ș.a.);
- 6) Moda și alte produse de larg consum (îmbrăcăminte, încălțăminte, accesorii, articole de galanterie, bijuterii, jucării ș.a.);
- 7) Mărfuri și servicii pentru casă (mobilă, covoare, țesături, articole pentru bucătărie, aparate electrice de uz casnic, produse chimice ș.a.);
- 8) Produse și servicii în domeniul tehnicii și telecomunicațiilor (telefoane, aparate foto, camere video, calculatoare, operatori de telefonie mobilă și fixă, servicii internet, telecomunicații, programe de calculator ș.a.);
- 9) Produse tehnico-industriale (instrumente, aparate, tehnică electrică, utilaj tehnologic, mijloace de mecanizare ș.a.);
- 10) Produse și servicii în domeniul transportului, turismului și alimentației publice (transport auto, autoservice, accesorii, stații de alimentare a autovehiculelor, taxi, avia, transport pe cale ferată, agenții de turism, hoteluri, stațiuni balneare, cafenea, restaurante, sport, festivaluri, concerte, muzee, cinematografe ș.a.);
- 11) Produse și servicii în domeniul agriculturii (produse agricole, flori și plante decorative, semințe și material săditor, servicii în agricultură);
- 12) Servicii financiare (servicii bancare, creditare și leasing, asigurări);
- 13) Servicii de consum și vânzări cu amănuntul (rețele de comerț cu ridicata și amănuntul, supermarketuri, centre comerciale, magazine, curățătorii chimice);

14) Servicii ce țin de educație și cultură (instituții de învățământ, centre de instruire, biblioteci, muzee, servicii editoriale, tipografii ș.a.)

5.2 În funcție de numărul și calitatea proiectelor prezentate, premiarea învingătorilor ar putea să nu se facă la toate categoriile concursului. Comitetul de organizare a concursului, cu consimțământul participantului la concurs, poate transfera cererile de participare de la o categorie la alta. De asemenea, categoriile concursului pot fi extinse în procesul de examinare a cererilor de participare.

Fiecare categorie, la rândul său, poate fi divizată în grupe de produse sau servicii în conformitate cu Clasificarea internațională a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor (CIPS). Mărcile sunt admise în concurs în baza evaluării de către experți, conform criteriului de concurență într-o categorie sau alta.

VI. DEPUNEREA CERERILOR DE PARTICIPARE

6.1 Întreprinderile care doresc să participe la concurs depun cereri conform unui model stabilit, achită taxa de participare și prezintă documentele necesare pentru fiecare marcă comercială înaintată la concurs.

Data limită de depunere a cererilor de participare la concurs este **10 martie 2026**. La decizia organizatorilor, perioada de depunere a cererilor de participare la concurs poate fi extinsă. Informația referitoare la extinderea perioadei de depunere a cererilor de participare la concurs va fi făcută publică pe site-urile web oficiale ale organizatorilor și ale partenerilor concursului.

6.2 Cererea de participare la concurs poate fi depusă atât de titularul mărcii comerciale, cât și de orice persoană împuternicită de acesta (agenția de publicitate, compania de distribuție sau dealerul care promovează marca comercială pe teritoriul Republicii Moldova ș.a.).

6.3 Taxa de participare la concurs este stabilită în cuantum de 7000 de lei, inclusiv TVA și se achită pentru fiecare marcă comercială prezentată la o nominalizare, iar pentru DEBUT, taxa de participare la concurs este stabilită în cuantum de 5000 de lei, inclusiv TVA.

6.4 În cazul în care o marcă comercială este prezentată la mai mult de 3 nominalizări ale concursului, întreprinderea obține o reducere de 15% din suma totală a taxei de participare la concurs.

6.5 Neachitarea taxei de participare are drept consecință excluderea mărcii din concurs.

Secțiunea 1. Cerințe tehnice privind prezentarea materialelor

6.6 Pentru participare la nominalizările concursului conform **Criteriilor de Consum** trebuie prezentate (pentru fiecare marcă comercială înaintată la concurs) următoarele documente:

- 1) Cererea-contract conform modelului stabilit (pe site-ul CCI www.chamber.md);
- 2) Certificatul de înregistrare a întreprinderii (copie);
- 3) Certificatul de înregistrare a mărcii (copie);
- 4) Dovada de plată a taxei de participare (copie);
- 5) Logotipul mărcii comerciale pe suport electronic;
- 6) Declarația pe propria răspundere privind lipsa reclamațiilor din partea consumatorilor;
- 7) Scrisoare oficială din partea titularului mărcii (în cazul în care acesta este persoană fizică)

care confirmă dreptul de folosință a mărcii de către compania înscrisă în concurs.

6.7 Pentru participare la nominalizările concursului conform **Criteriilor de Profesionalism** trebuie prezentate (pentru fiecare marcă înaintată la concurs), cu excepția nominalizării „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”:

- 1) Cererea-contract conform modelului stabilit (pe site-ul CCI www.chamber.md);
- 2) Lista indicatorilor conform modelului stabilit (pe site-ul CCI www.chamber.md);
- 3) Certificatul de înregistrare a întreprinderii (copie);
- 4) Certificatul de înregistrare a mărcii (copie), cu excepția nominalizării „Debutul anului”, pentru care se prezintă copia cererii de înregistrare depuse la AGEPI;
- 5) Dovada de plată a taxei de participare (copie);
- 6) Pachetul de prezentare a mărcii comerciale (conform modelului stabilit de CCI www.chamber.md);
- 7) Logotipul mărcii comerciale pe suport electronic;
- 8) Mostre ale materialelor creative utilizate la promovarea mărcii comerciale;
- 9) Anexe, care pot conține:
 - a) Date privind elaborarea strategiei și elementului creativ al mărcii comerciale.
 - b) Date privind promovarea mărcii comerciale (canale de comunicare, tehnologii, materiale, mostre, rezultate).
 - c) Aprecieri ale consumatorilor, date de studiere a opiniei publice sau ale studiului de marketing privind loialitatea, popularitatea etc.
 - d) Machete, fotografiile ale reclamei exterioare, ale campaniilor publicitare desfășurate, mostre sau fotografiile ale produselor (serviciilor) realizate cu marca în cauză, ambalaje, materiale publicitare tipărite, publicitate interactivă (machtetă, imprimare de pe site) etc.
 - e) Publicitatea în locurile de comercializare. Modele de publicitate.
 - f) Alte materiale, la discreția participanților la concurs, inclusiv modalități originale de prezentare a mărcii comerciale (demonstrații, degustări, teste, rezultatele acestora etc.).

6.8 Cerințe tehnice privind prezentarea materialelor video:

- 1) Materialele sunt acceptate pe suport electronic (USB) sau e-mail,
- 2) Logo-urile și informația grafică trebuie să fie prezentate în formatul CDR, PSD, PNG, TIF; parametrii: 300DPI, CMYK (informația în WORD și PDF nu se acceptă).

6.9 Lista cererilor depuse, în ordinea prezentării acestora, se va publica pe site-urile web oficiale ale CCI și AGEPI.

6.10. Materialele de publicitate prezentate la concurs nu se restituie și pot fi reproduse, demonstrate în scopuri instructive și de promovare a concursului, la aprecierea Comitetului de organizare, cu respectarea drepturilor de autor. Fiecare participant va indica ce componente ale materialelor prezentate sunt confidențiale. Comitetul de organizare garantează confidențialitatea materialelor prezentate la concurs, conform solicitării participanților.

6.11 Depunerea cererii de participare la concurs semnifică, implicit, acceptarea condițiilor de desfășurare a acestuia.

6.12 Participanții la concurs poartă răspundere pentru veridicitatea informațiilor prezentate. Prezentarea informațiilor eronate, nerespectarea condițiilor de concurs și lipsa referințelor la sursele datelor comparative și rezultatelor indicate conduc la descalificarea și excluderea proiectului din concurs. În acest caz, materialele prezentate și taxa de participare nu se restituie.

6.13 Cererile de participare la concurs se depun la CCI a RM (tel. 022 / 238 410, mun. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 151, et. 2), Secția evenimente de afaceri, târguri și expoziții, e-mail: olga.grosu@chamber.md, mariana.butucea@chamber.md .

6.14 Odată cu depunerea cererii, participantul indică nominalizarea și categoria la care vor concura proiectele sale.

6.15 Examinarea mărcilor comerciale participante la concurs se efectuează în cadrul fiecărei nominalizări și categorii de produse sau servicii.

Secțiunea 2. Particularitățile prezentării materialelor pentru Nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”

6.16 În scopul asigurării caracterului obiectiv al evaluării, sunt admise pentru participare la nominalizarea dată următoarele categorii de participanți (la stabilirea categoriei se vor aplica prevederile Legii cu privire la întreprinderile mici și mijlocii nr.179/2016):

- 1) Întreprinderi mijlocii;
- 2) Întreprinderi mici;
- 3) Întreprinderi micro;
- 4) Societăți comerciale (SA; SRL).

6.17 Pentru participare la nominalizarea respectivă vor fi prezentate:

- 1) Cererea de participare la concurs (www.chamber.md)
- 2) Certificatul de înregistrare a întreprinderii (copie);
- 3) Raportul de autoevaluare privind inițiativele anticorupție (pe site-ul www.chamber.md) cu materialele justificative;
- 4) Cererea și/sau certificatul de înregistrare a mărcii comerciale (copie).

6.18 Fiecare participant elaborează un Raport de autoevaluare cu privire la inițiativele sale anti-corupție (pe site-ul www.chamber.md), care este prezentat în forma tabelară împreună cu materialele justificative.

6.19 La materiale justificative sunt atribuite:

- 1) Documentele de politici aprobate și implementate (etică, conformitate, anti-corupție, anti-mită etc.);
- 2) Codul de etică/conduită;
- 3) Procedurile de raportare a neregulilor la locul de muncă și protecția avertizorilor de integritate;
- 4) Procedurile de soluționare a conflictelor de interese;
- 5) Procedurile de declarare și evaluare a cadourilor;
- 6) Procedurile de control intern;
- 7) Declarația managerială despre respectarea restricțiilor și limitărilor pentru foștii agenți publici (www.chamber.md);
- 8) Ordinul de desemnare și fișa postului ofițerului de conformitate/a subdiviziunii responsabile și raportul de activitate pentru anul 2025;
- 9) Alte documente relevante anexate la inițiativa participantului.

6.20 Distincțiile pentru învingătorii la nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”, vor fi oferite de CNA.

VII. EVALUAREA DOSARELOR DE PARTICIPARE

7.1 Procedura de evaluare se desfășoară în conformitate cu experiența internațională în domeniu (EFFIE) și se bazează pe ratingul mărcilor comerciale și pe opinia individuală a fiecărui membru al Juriului. Membrii Juriului examinează pachetul de prezentare a mărcii comerciale, elementele creative, variantele electronice și ratingul mărcii stabilit în rândul consumatorilor.

7.2 Membrii Juriului nu examinează proiectele în comun. Fiecare proiect este apreciat individual și independent de către fiecare membru al Juriului. Punctajul pentru fiecare proiect participant la concurs îl constituie media aritmetică a punctelor acordate de către membrii Juriului care au examinat proiectul.

7.3 Membrii Juriului nu participă la aprecierea propriilor mărci, precum și a altor mărci din categoria în care acestea participă la concurs.

7.4 Membrii Juriului vor evita situațiile de conflict de interese și le vor raporta imediat Comitetului de organizare a Concursului.

Secțiunea 1. Evaluarea rezultatelor în cadrul nominalizărilor conform Criteriilor de Consum

7.5 Învingătorii concursului în nominalizarea conform criteriilor de consum sunt desemnați în baza ratingului mărcii stabilit în rândul consumatorilor.

7.6 Ratingul mărcii în rândul consumatorilor se stabilește pentru diverse categorii prin sondaje. Sondajele se efectuează în diferite raioane ale republicii, prin interviuare. Liderii ratingului sunt stabiliți atât conform indicatorilor de popularitate, cât și conform indicatorilor de preferință.

7.7. Pentru a identifica atât mărcile comerciale cunoscute, cât și mărcile preferate de respondenți, anchetele conțin întrebări directe pentru ca intervievații spontan să reconstituie în percepere mărcile comerciale respective.

7.8 Comitetul de organizare desemnează învingătorii concursului la nominalizările conform criteriilor de consum în funcție de numărul de puncte acumulat în ratingul stabilit în rândul consumatorilor.

Secțiunea 2. Evaluarea rezultatelor în cadrul nominalizărilor conform Criteriilor de Profesionalism

7.9 Juriul apreciază pe cât de eficient au fost selectate instrumentele de marketing, dacă s-a realizat scopul campaniei de marketing și cât de impunătoare sunt rezultatele.

7.10 Criteriile de evaluare în nominalizările conform criteriilor de profesionalism:

- 1) Misiunea. Viziunea. Investițiile în dezvoltarea mărcii în anul de concurs;
- 2) Poziționarea mărcii comerciale pe piață. Segmentul-țintă. Dinamica în anul de concurs;
- 3) Portofoliul mărcii comerciale. Dezvoltarea în anul de concurs;
- 4) Imaginea individuală a mărcii comerciale. Evoluția în anul de concurs;
- 5) Complexul formelor de comunicare de marketing al mărcii comerciale, programele de loialitate în anul de concurs;
- 6) Mostre ale produselor de reclamă și suvenire cu marca comercială respectivă;
- 7) Strategia de promovare, rezultatele promovării în anul de concurs (evoluția volumului vânzărilor, numărului de clienți, sortimentului de produse/servicii, pe piețele externe, bugetului de marketing etc.).

Secțiunea 3. Evaluarea proiectelor prezentate în concurs și totalizarea punctelor obținute

7.11 Evaluarea proiectelor prezentate în concurs se efectuează în două etape:

- adoptarea deciziei privind învingătorii la nominalizările conform criteriilor de consum;
- examinarea și evaluarea de către membrii Juriului a pachetelor de prezentare ale participanților la nominalizările conform criteriilor de profesionalism cu desfășurarea zilei deschise pentru întrebări directe către participanți.

7.12 Metoda de totalizare:

1) Pentru nominalizarea conform criteriilor de consum punctajul definitiv se calculează conform ratingului în rândul consumatorilor;

2) Pentru nominalizările conform criteriilor de profesionalism punctajul definitiv se calculează în proporție de 70% conform evaluării membrilor Juriului și de 30% conform ratingului în rândul consumatorilor. Valoarea totală rezultantă este considerată notă finală.

7.13 Comitetul de organizare își rezervă dreptul de a nu desemna laureați la nominalizările și categoriile în care toate proiectele obțin un punctaj mic.

7.14 Fiecare membru al Juriului consemnează punctajul acordat într-un proces-verbal, conform indicilor stabiliți, obligatoriu cu observațiile și comentariile de rigoare, care vor fi importante la motivarea punctajului acordat concurentului și, de asemenea, vor constitui o recomandare pentru modificarea strategiilor de marketing ale mărcilor comerciale, prezentate în concurs.

7.15 În conformitate cu rezultatele examinării proiectelor prezentate, a pachetelor de prezentare și a ratingului mărcilor comerciale, Juriul elaborează și înaintează Comitetului de organizare propunerile privind premiarea învingătorilor.

7.16 Membrii Comitetului de organizare și ai Juriului, prin propriul nume și autoritatea profesională, garantează obiectivitatea și imparțialitatea evaluării.

7.17 Învingătorii concursului vor fi desemnați după următorul barem de punctaj:

- 1) Pentru nominalizările conform criteriilor de consum:
 - a) Medalia de Aur de la 10,0 până la 6,0 puncte
 - b) Medalia de Argint de la 5,9 până la 3,0 puncte
 - c) Medalia de Bronz de la 2,9 până la 2,0 puncte
- 2) Pentru nominalizările conform criteriilor de profesionalism:
 - a) Mercuriul de Aur de la 10,00 până la 8,0 puncte
 - b) Medalia de Aur de la 7,9 până la 6,0 puncte
 - c) Medalia de Argint de la 5,9 până la 4,0
 - d) Medalia de Bronz de la 3,9 până la 3,0 puncte

7.18 La nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”, pentru fiecare categorie de participanți va fi desemnat câte un învingător al concursului. Topul învingătorilor va include 3 participanți, după cum urmează:

- 1) Premiul Integrității pentru societăți comerciale mari – punctaj maxim, dar nu mai puțin de 8,0 puncte;
- 2) Premiul Integrității pentru societăți comerciale mijlocii – punctaj maxim, dar nu mai puțin de 5,0 puncte;
- 3) Premiul Integrității pentru societăți comerciale mici – punctaj maxim, dar nu mai puțin de 4,0 puncte.

7.19 În cazul în care câteva proiecte au egalitate de puncte, Comitetul de organizare este în drept de a lua în considerare criteriile de apreciere suplimentare.

7.20 Toate calculele sunt accesibile participanților la concurs.

VIII. DESEMNAREA ÎNVINGĂTORILOR

8.1 Comitetul de organizare desemnează cele mai bune mărci comerciale conform categoriilor de produse și servicii la fiecare nominalizare a concursului.

8.2 La nominalizările conform criteriilor de consum, învingătorii concursului sunt desemnați pentru fiecare categorie, fiindu-le conferite medalii de aur, argint și bronz.

8.3 Învingătorii concursului la nominalizările conform criteriilor de profesionalism: „INTER”, „LIDERUL ANULUI”, „IMM-UL FAVORIT AL ANULUI”, „REPUTAȚIE ȘI ÎNCREDERE”, „REBRANDING”, „EXPORT” sunt desemnați pentru fiecare categorie, cu înmânarea Premiului Mare – statueta „Mercuriul de Aur”, cea mai înaltă distincție profesională a concursului la nominalizările menționate în prezentul punct, precum și a medaliilor de aur, argint și bronz.

8.4 Învingătorii concursului la nominalizările conform criteriilor de profesionalism: „MARCA COMERCIALĂ RESPONSABILĂ SOCIAL”, „FEMEIA ÎN AFACERI”, „ECONOMIA VERDE”,

„AFACERI DE FAMILIE”, „BUSINESS ON-LINE”, „DEBUTUL ANULUI”, sunt desemnați pentru fiecare categorie, cu înmânarea Premiului Mare „Mercuriul de Aur” în cristal, cea mai înaltă distincție profesională a concursului la nominalizările menționate în prezentul punct, precum și a medaliilor de aur, argint și bronz.

8.5 Învingătorii la nominalizarea „IMPLEMENTAREA STANDARDELOR DE INTEGRITATE ÎN SECTORUL PRIVAT” sunt desemnați cu „Premiul Integrității”.

8.6 Învingătorii la nominalizarea „LOCURI DE MUNCĂ PRIETENOASE FAMILIEI”, sunt desemnați cu „Premiul Companie Prietenoasă Familiei”.

8.7 La decizia Comitetului de organizare, pot fi stabilite distincții speciale pentru participanții la concurs, pentru specialiști în domeniul marketingului și al publicității, reprezentanți ai mass-media etc.

8.8. Premii speciale pot fi acordate creatorilor mărcilor comerciale ale companiilor autohtone de succes.

8.9 La finele concursului se editează catalogul informativ-publicitar al participanților și învingătorilor concursului.

8.10 Rezultatele concursului sunt publicate pe site-urile web oficiale ale organizatorilor concursului.

IX. AVANTAJELE CONCURSULUI

9.1 Participanților la concurs li se oferă următoarele avantaje:

1) Publicitatea suplimentară și dezvoltarea imaginii mărcii comerciale, inclusiv a produselor și serviciilor desemnate prin această marcă. Informația cu privire la participanți, la modul de desfășurare a concursului va fi mediatizată amplu pe site-urile web și rețelele de socializare oficiale ale organizatorilor concursului, în mass-media, la conferințe de presă, în emisiunile televizate consacrate concursului;

2) Accesul la rezultatele ratingului de popularitate a mărcilor comerciale;

3) Aprecierea părților slabe și a celor forte ale mărcii comerciale. Specialiști și membri ai Juriului vor acorda consultații participanților;

4) Oferirea gratuită, pe parcursul unui an, a serviciilor de prediagnoză a proprietății intelectuale la întreprindere (experții AGEPI vor examina portofoliul obiectelor de proprietate intelectuală deținut de întreprindere și vor prezenta recomandări privind valorificarea eficientă a acestuia);

5) Organizarea seminarelor/training-urilor în domeniul proprietății intelectuale pentru angajații întreprinderilor participante la concurs, inclusiv la sediul întreprinderii (gratuit), 1 seminar, de o zi (8 ore), 12-16 persoane (la solicitare);

6) Organizare de instruiți și consiliere în domeniul integrității și anticorupție;

7) Reducere de 10% din taxa de participare în cadrul unei expoziții virtuale de pe platforma virtual-fairs.md;

8) Reducerea de 20% din taxa de înregistrare pentru:

a) Transmiterea cererii/ofertei firmei la Camerele de Comerț și Industrie din străinătate;

b) Însurarea cererii/ofertei firmei în bazele de date cu ofertele comerciale gestionate de CCI;

c) Participarea la misiuni economice în străinătate;

d) Participarea la forurile bilaterale organizate în RM.

9) Publicarea color, gratuită, în Buletinul Oficial de Proprietate Intelectuală a imaginii mărcilor, laureate ale concursului, la solicitarea titularilor de marcă (pe parcursul anului);

10) Publicarea gratuită a contactelor întreprinderii și domeniului de activitate în Catalogul informativ-publicitar „Mărcile comerciale de succes din Republica Moldova 2025”;

11) Participarea la ceremonia oficială de decernare a premiilor învingătorilor concursului.

9.2 Învingătorii concursului beneficiază de:

1) Toate avantajele oferite participanților la concurs;

2) Dreptul învingătorilor concursului de a aplica logotipul concursului, Premiul Mare, Premiul Integrității și medaliile obținute pe toate produsele și/sau serviciile vizate de marca corespunzătoare.

X. TERMENELE ȘI ETAPELE CONCURSULUI

10.1 Concursul se organizează în perioada februarie - mai 2026.

10.2 Etapele concursului:

1) 02 februarie 2026 – lansarea concursului;

2) 10 martie 2026 – încheierea etapei de depunere a cererilor de participare;

3) 25 martie 2026 – încheierea etapei de depunere a pachetelor de prezentare;

4) 30 martie-10 aprilie 2026 – desfășurarea sondajului în rândul consumatorilor;

5) 30 martie-10 aprilie 2026 – activitatea grupului de experți și a comitetului de organizare;

6) mai – iunie – Ceremonia Oficială de premiere a învingătorilor concursului.

XI. MODUL DE FOLOSIRE A SEMNELOR DE DISTINCȚIE

Secțiunea 1. Semne de distincție

11.1 Învingătorii concursului folosesc doar semnele de distincție obținute.

11.2 Semne de distincție ale concursului „Marca comercială a anului” sunt:

1) Premiul Mare - statueta „Mercuriul de Aur”, „Mercuriul de Aur” în cristal



2) Medaliile concursului: Medalia de Aur, Medalia de Argint, Medalia de Bronz



- 3) Premiul Integrității – pentru învingătorii la nominalizarea „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”



- 4) Premiul Companie Prietenoasă Familiei – pentru învingătorii la nominalizarea „Locuri de Muncă Prietenoase Familiei”



- 5) Logotipul concursului



11.3 Formula verbală a statutului învingătorului concursului, cu indicarea obligatorie a anului, nominalizării și categoriei. Formula verbală corespunde celei înscrise în diploma învingătorului.

11.4 CCI acordă laureaților concursului dreptul de folosire a semnelor de distincție ale concursului „Marca comercială a anului”, eliberându-le certificatele corespunzătoare. Acestea oferă învingătorilor concursului dreptul de folosire a semnelor de distincție. Folosirea semnelor și a titlului de învingător al concursului de către persoane care nu dețin Certificatul acordat de către Comitetul de organizare constituie încălcare a legislației Republicii Moldova în domeniul protecției proprietății intelectuale.

11.5 Logotipul concursului, precum și Medalia de Aur, Medalia de Argint și Medalia de Bronz, Premiul Mare – statueta exclusivă „Mercuriul de Aur” sunt semne protejate prin drepturi de proprietate intelectuală pe numele CCI, conform legislației.

11.6 Medaliile sunt atribute obligatorii ale victoriei în nominalizările concursului. Elementul principal al medaliei este logotipul concursului. Premiul Mare „Mercuriul de Aur” este cea mai înaltă distincție profesională a concursului. Elementul principal este imaginea statuetei exclusive „Mercuriul de Aur”.

11.7 Premiul Mare și medaliile pentru concurs sunt confecționate manual conform unei comenzi speciale și sunt suflate, după caz, cu aur sau argint.

Secțiunea 2. Dreptul de folosire a semnelor de distincție de către învingătorii concursului

11.8 Dreptul de folosire a imaginii Medaliei de Aur, Medaliei de Argint sau Medaliei de Bronz și a Premiului Integrității îl obțin învingătorii concursului, potrivit deciziei Comitetului de organizare.

11.9 Dreptul de folosire a logotipului concursului „Marca comercială a anului” îl obțin toți participanții la concurs.

11.10 Dreptul de folosire a formulei verbale a statutului de învingător al concursului, cu indicarea anului concursului, nominalizării și a categoriei, îl obțin învingătorii concursului.

Secțiunea 3. Modul de folosire a imaginii medaliei de învingător al concursului

11.11 Imaginea medaliei poate fi folosită de către deținătorul acesteia cu referire la întreg sortimentul de produse și/sau servicii din categoria respectivă, cu care deținătorul medaliei a participat la concurs, pe care este aplicată marca comercială a învingătorului și pe suporturile publicitare referitoare la aceasta:

- 1) ambalaje și etichete;
- 2) producție poligrafică (placate, postere, pliante, flyere etc.);
- 3) purtători electronici;
- 4) site-uri și bannere pe Internet;
- 5) spoturi video;
- 6) alte mostre.

11.12 Comitetul de organizare le oferă învingătorilor varianta electronică a distincțiilor oferite. Imaginea distincției de învingător poate fi utilizată separat sau împreună cu formula verbală a statutului de învingător, conform certificatului, cu indicarea obligatorie a anului de organizare a concursului.

Secțiunea 4. Modul de folosire a logotipului concursului

11.13 Logotipul concursului poate fi folosit de participanții la concurs cu indicarea obligatorie a anului de organizare a concursului. Logotipul poate fi folosit pe tot sortimentul de produse pe care este aplicată marca comercială a participantului prezentată la concurs și pe suporturile publicitare referitoare la aceasta:

- 1) ambalaje și etichete;
- 2) producție poligrafică (placate, postere, pliante, flyere etc.);
- 3) purtători electronici;
- 4) site-uri și bannere pe Internet;
- 5) spoturi video;
- 6) alte mostre.

11.14 Comitetul de organizare le oferă participanților varianta electronică a logotipului. Logotipul poate fi folosit separat sau împreună cu formula verbală a statutului de participant, sau, după caz, de învingător, conform Certificatului, cu indicarea obligatorie a anului de organizare a concursului.

Secțiunea 5. Modul de folosire a formulei verbale a statutului de învingător al concursului

11.15 Formula verbală a statutului de învingător al concursului poate fi folosită de participanții la concurs - învingători în cadrul nominalizărilor conform criteriilor de profesionalism și de consum, cu indicarea obligatorie a anului de organizare a concursului. Drept confirmare a statutului de învingător este Certificatul acordat în baza deciziei Comitetului de organizare a concursului.

- 11.16 Formula verbală poate fi folosită cu referire la marca învingătoare:
- 1) separat, fără imaginea logotipului medaliilor;
 - 2) în textele de reclamă și promoționale, în interviuri etc.;
 - 3) anunțată oral în cadrul tuturor manifestărilor, prezentărilor etc.;
 - 4) în alte situații.

Secțiunea 6. Obligații reciproce

- 11.17 Comitetul de organizare a concursului este obligat:
- 1) să monitorizeze respectarea prezentelor reguli de către învingătorii și participanții la concurs;
 - 2) să corecteze utilizarea incorectă a imaginii distincțiilor și logotipului Concursului, de natură să prejudicieze imaginea concursului, a învingătorilor și participanților la concurs;
 - 3) să avertizeze (atenționeze) privind încălcarea regulilor de folosire a semnelor de distincție ale concursului;
 - 4) să dezvolte și să popularizeze concursul și semnele de distincție ale acestuia.

11.18 Învingătorii și participanții sunt obligați să respecte regulile de folosire a semnelor de distincție și să corijeze utilizarea incorectă a acestor semne pentru a nu prejudicia imaginea concursului. Învingătorii și participanții pot informa Comitetul de organizare despre încălcarea regulilor și a drepturilor de folosire a imaginii distincțiilor concursului.

XII. DISPOZIȚII FINALE

- 12.1 Pentru finanțarea acțiunilor de organizare și desfășurare a concursului și premiere a învingătorilor se constituie un fond din cotizațiile organizatorilor, partenerilor și sponsorilor.
- 12.2 În etapa de pregătire a pachetelor de prezentare, organizatorii concursului le acordă participanților suport informațional și metodic operativ, inclusiv consultanța necesară.
- 12.3 În caz de necesitate, membrii Comitetului de organizare înaintează propuneri de modificare și completare a prezentului Regulament.
- 12.4 Toate reclamațiile ce țin de concurs vor fi expediate Comitetului de organizare în scris, la sediul CCI, în termen de 5 (cinci) zile lucrătoare de la data constatării evenimentului reclamat.
- 12.5 Litigiile ce țin de Concurs vor fi soluționate pe cale amiabilă sau, în cazul în care aceasta nu va fi posibil, de instanțele judecătorești competente din Republica Moldova.
- 12.6 Prevederile prezentului Regulament sunt valabile numai pentru organizarea și desfășurarea Concursului „MARCA COMERCIALĂ A ANULUI 2025”.