ПОЛОЖЕНИЕ
о проведении всероссийского конкурса креативных решений
«Городская теплица» в 2026 году

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок организации и проведения Всероссийского конкурса креативных решений «Городская теплица», направленного на поддержку студентов, молодых дизайнеров, архитекторов, урбанистов и всех представителей креативных индустрий, принимающих активное участие в разработке, планировании и создании проектов благоустройства городской среды и территориального брендинга города Сосновоборска. (далее – Конкурс).

1.2. Организатором Конкурса выступает фонд развития Сосновоборска «Любимый город» (далее — Организатор) совместно с Центром устойчивого развития территорий (ЦУРТ) Высшей школы менеджмента СПбГУ. Все права в отношении Конкурса закреплены за Организатором.

1.3. Организатор вправе привлекать партнеров и/или экспертов для проведения Конкурса по собственному усмотрению. Партнерами Конкурса могут быть любые иные лица, чьи интересы отвечают идее Конкурса (далее – «Партнер Конкурса»). Партнерам Конкурса предоставляется право принимать участие на финальном этапе Конкурса в соответствии с партнерскими соглашениями. По собственной инициативе они могут вручать дополнительные призы и/или поощрительные призы. Организатор не несет ответственности за взаимодействие Партнеров Конкурса с конкурсантами по вопросам получения таких призов.

1.4. Конкурс является публичным и открытым. Количество участников конкурса не ограничено

1.5. Официальным языком Конкурса является русский.

1.6. Участие в Конкурсе осуществляется на безвозмездной основе.

1.7. Территория проведения Конкурса – территория Российской Федерации.

1.8. Положение о конкурсе, а также вся актуальная информация размещается на официальном интернет-сайте Конкурса: https://teplitsa.teploplatform.ru/ (далее - Сайт Конкурса).

1.9. Все пункты настоящего Положения распространяются на все Приложения в случае, если в самом Приложении не отражено иное.

1.10. Положение обязательно для исполнения всеми лицами, вовлеченными в организацию Конкурса, и Участниками Конкурса. Вопросы, неурегулированные настоящим Положением, Организатор разрешает самостоятельно исходя из принципов и целей Конкурса на основании распорядительных документов.

2. МИССИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА

2.1. Миссия Конкурса - дать возможность молодым специалистам создать готовые креативные решения для города, отражающие его подлинную идентичность (характер, ценности), основанные на научных знаниях.

2.3. Целью Конкурса является обеспечение условий для молодых специалистов по созданию качественных творческих и креативных решений, соответствующих идентичности города и потенциально имеющих высокий положительный социальный эффект.

2.4. Задачи конкурса

- Стимулировать и поддержать молодежные проекты в сфере территориального брендинга;
- Создать условия для эффективной самореализации молодежи в сфере территориального брендинга;
- Предложить ряд креативных решений, отражающих городскую идентичность
- Оказать информационную поддержку успешным креативным решениям посредством публикации работ на Сайте

2.5. Исследования идентичности территории (далее - Исследование) - глубокое научное исследование, дающее обоснованное доказательное знание об идентичности города, на основе которого создаются креативные решения и формируется бренд-концепция города.

2.6. Конкурс является частью разрабатываемой городской платформы развития территориальной идентичности «Платформа тёплых связей», направленной на объединение жителей, бизнеса и городских управленцев для поиска пути развития города. Основная роль конкурса в системе

платформы - создание открытого каталога креативных решений для последующей реализации силами бизнеса и администрации города.

3. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

3.1. Территориальный брендинг — процесс формирования и продвижения уникального образа территории на основе ее особенностей, ценностей и преимуществ.

3.2. Креативное решение — проект, направленный на создание, развитие или продвижение узнаваемого образа территории.

3.3. Идентичность города — совокупность признаков, смыслов и образов, которые отличают город от других территорий и формируют представление о нем.

3.4. Трек — тематическое направление Конкурса, в рамках которого участники разрабатывают и представляют свои решения.

4. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

4.1. Категории участников

4.1.1. К участию в Конкурсе приглашаются молодежь в возрасте от 17 до 35 лет (включительно), являющиеся гражданами Российской Федерации, а также иностранные граждане, законно находящиеся на территории Российской Федерации.

4.1.2. Конкурс ориентирован на участие представителей профессиональных сообществ в сфере архитектуры, урбанистики, дизайна, креативных индустрий, исследований, коммуникаций и территориального развития, а также молодых людей, имеющих интерес к вопросам развития городской среды и территориального брендинга.

4.1.3. Участники Конкурса должны обладать необходимыми знаниями, навыками и компетенциями, позволяющими разрабатывать обоснованные концептуальные, проектные, исследовательские, коммуникационные или иные решения в рамках выбранного конкурсного трека.

4.1.4. Участник, принимая участие в Конкурсе, подтверждает, что ознакомлен и безусловно принимает все пункты настоящего Положения.

4.1.5. Участники имеют права и несут обязанности, установленные действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Положением. Участник Конкурса не вправе совершить отчуждение и/или уступку прав на участие в Конкурсе третьему лицу (лицам), включая право получения призов от Организатора/Партнера Конкурса.

4.1.6. Участники принимают участие в Конкурсе от своего имени. Участники, предоставляющие неточную, вводящую в заблуждение или ложную информацию не имеют права принимать участия в Конкурсе, и все конкурсные материалы участника, который, как считает Организатор (или Партнер Конкурса), предоставил неточную, вводящую в заблуждение или ложную информацию, может по усмотрению Организатора считаться недействительными.

4.2. Форматы участия

4.2.1. Участники могут принимать участие индивидуально или в составе команды (до 5 (пяти) человек) участников.

4.2.2. Один участник может подать несколько заявок (индивидуально или в составе одной или нескольких команд).

4.2.3. Одна команда/участник может представить несколько конкурсных проектов. Проекты могут проходить как по одному, так и разным конкурсным трекам.

4.2.5. До завершения этапа регистрации команда вправе изменять свой состав (включать новых участников или исключать участников)

4.2.6. После завершения этапа регистрации при изменениях формата участия участник или представитель команды обязан уведомить об изменении Организатора Конкурса. Итоговым форматом участия и/или составом участников команды считается тот, что указан в презентации и сопроводительной заявке.

5. ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ КОНКУРСА

5.1. Рассмотрение конкурсных работ Участников осуществляет экспертный совет конкурса (далее — жюри). Жюри проводит оценку конкурсных работ в онлайн-форме.

5.2. При оценке работ участников Конкурса жюри руководствуется критериями, представленными в соответствующем пункте Положения.

6. СРОКИ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

6.1. Сроки проведения Конкурса: с 10 сентября 2026 года по 1 ноября 2026 года.

6.2. Конкурс проводится в онлайн-формате и включает регистрационный период, образовательный блок, разработку конкурсных решений и заключительный этап.

6.2.1. **Регистрационный период.** Регистрация заявок на участие в Конкурсе – в срок с 00:00 часов 10 сентября 2026 года до 23 часов 59 минут 10 октября 2026 года (по московскому времени). Для регистрации на участие в Конкурсе необходимо совершить следующие действия:

- Заполнить заявку на участие в Конкурсе, размещенную на сайте, заполнив персональные данные, указав форму участия, оставив контактные данные.
- При командном участии подается единая групповая заявка капитаном команды. Участники команды указывают наименование команды (при наличии), количество участников, их персональные и контактные данные. При корпоративном участии дополнительно указывается название компании (агентства и т.д.)

6.2.2. **Образовательный блок.** Образовательный блок направлен на введение участников в тематику Конкурса, разъяснение задач, требований к конкурсным решениям, критериев оценки и порядка участия. Образовательный блок проходит в онлайн-формате посредством получения доступа к информационным материалам с участием ведущих экспертов в области архитектуры, урбанистики, креативных индустрий в период с 10 сентября до 1 ноября 2026. Ссылка на подключение будет предоставлена посредством публикации ссылки в официальном чате Конкурса в социальной сети «ВКонтакте».

6.2.3. **Разработка конкурсных решений.** Самостоятельная разработка конкурсных проектов участниками Конкурса проходит в период до 15

октября 2026 года в соответствии с выбранными участниками треками Конкурса. Подробное описание каждого трека и соответствующего задания будут указаны в техническом задании доступ к которому они получают ответным письмом на указанный при регистрации.

В срок до 23 часов 59 минут 15 октября 2026 года (по московскому времени) участникам конкурса необходимо загрузить на сайт конкурсную заявку, включающую в себя сопроводительную информацию, конкурсный проект в формате PDF и креативное видео, выбрав соответствующий трек, на которую участник/команда Конкурса подает проект.

6.2.4 **Итоги конкурса.** Заключительный этап проходит в онлайн-формате. Сроки экспертной оценки — с 16 октября по 1 ноября 2026 года. Все загруженные в срок проекты проходят модерацию со стороны организаторов Конкурса на предмет соответствия формату конкурсной работы, а также на предмет нарушения иных правил и законодательства РФ. При нарушении организаторы оставляют за собой право исключить работы из дальнейшего конкурса без объяснения причин. Все работы, прошедшие модерацию оцениваются экспертным жюри по заранее определенным критериям оценки (см. п. 9 Положения “Критерии оценки”), составляется рейтинг проектов в рамках каждого трека. Все проекты, набравшие достаточное количество баллов становятся финалистами Конкурса и получают право на публикацию в каталоге креативных решений.

6.3. **Определение победителя.** Победителем Конкурса признается **один проект в каждом конкурсном треке**. Победителем становится работа, набравшая максимальное количество баллов в ходе экспертной оценки, в своем треке

6.4. **Результаты.** Результаты Конкурса публикуются на официальных информационных ресурсах Конкурса не позднее чем через **две недели после завершения конкурсных работы**. При завершении приема конкурсных работы Конкурса 15 октября результаты публикуются не

позднее 5 ноября. Информация о всех проектах финалистов будет опубликована на сайте.

6.5. **Стратегическая сессия.** Победителям каждого конкурсного трека дается возможность представить свой проект потенциальным стейкхолдерам, городским жителям, экспертам, организаторам и партнерам Конкурса. Стратегическая сессия проводится онлайн на удобной цифровой платформе. Возможные даты стратегической сессии будет опубликована и озвучена победителям позднее.

6.6. Организационный комитет оставляет за собой право уточнять сроки проведения отдельных мероприятий Конкурса, формат взаимодействия с участниками и порядок представления конкурсных материалов при условии предварительного уведомления участников.

7. КОНКУРСНЫЕ ТРЕКИ

7.1. Участники Конкурса разрабатывают креативные решения на основе исследования в соответствии с выбранным треком:

- ***Трек 1 - Городская среда и общественные пространства***

  Трек 1 рекомендован для студентов, специалистов в области урбанистики, архитектуры, ландшафтного дизайна, искусства и дизайна.

  Трансформация неиспользуемых и/или утративших функцию пространств: разработка новой функции, образа и сценариев использования для пространства, которое сейчас используется неэффективно, устарело или утратило значение для жителей. (Например, переосмысление заброшенной части завода, ревитализация пустыря и т.д.)

  Модернизация существующих городских пространств: улучшение уже действующего пространства без полного изменения его назначения. (Например, модернизация эко-парка, соснового бора, городского парка, сквера, прогулочной зоны, двора и т.д.)

Создание культурно-общественных пространств: разработка концепции места, которое объединяет культурную, образовательную, выставочную, творческую и общественную функции. Такое пространство должно стать точкой притяжения для жителей и гостей города, площадкой для общения, событий, локальных инициатив и раскрытия идентичности территории *(например, музей, выставочное пространство,* культурный центр, креативное, молодежное пространство и т.д.)

Малые элементы городской среды и точечные улучшения: разработка отдельных объектов и небольших решений, которые делают пространство удобнее, понятнее, живее и привлекательнее для повседневного использования. (например, остановки, навесы, скамейки, освещение, беседки, тактический урбанизм и т.д.)

- ***Трек 2: Городские события***

  Трек 2 рекомендован для проектных менеджеров, предпринимателей, урбанистов, ивент-менеджеров, продюсеров, креаторов.

  Тематические городские события: Проекты, объединённые конкретной темой, аудиторией или городской проблематикой. Такие события могут быть культурными, предпринимательскими, экологическими, спортивными, образовательными или творческими (Например, фестиваль, ярмарка, переосмысление городских праздников, выставка и т. д.)

- ***Трек 3: Айдентика города и визуальные решения***

  Трек 3 рекомендован для дизайнеров, художников, иллюстраторов, исследователей, урбанистов.

  Создание новой или модернизация существующей бренд-айдентики города: разработка или обновление визуальной системы, которая формирует узнаваемый образ города и обеспечивает единый стиль его представления в городской среде, коммуникациях и туристических материалах *(например,* создание логотипа города,

цветовой палитры, графического паттерна, которые используются в едином визуальном стиле и *т. д.)*

Создание визуальных кодов в городской среде / Физический брендинг территории / Взаимодействие творчества и городского пространства: интеграция символов и художественных решений в существующую городскую среду. Такие проекты делают айдентику города видимой в повседневном пространстве и усиливают узнаваемость территории (например, муралы и росписи на городских объектах, арт-объекты, оформление фасадов зданий, брендирование остановочных пунктов и других городских объектов).

- ***Трек 4: Маркетинг, медиа и цифровые решения***

  Трек 4 рекомендован для журналистов, маркетологов, SMM-специалистов, фотографов

  Продвижение идентичности города: разработка рекламных и медийных проектов, цель которых раскрыть идентичность города для основных стейкхолдеров (например, имиджевая онлайн / оффлайн рекламная кампания, раскрывающая смысл города, спецпроект о городе, фото или видео-проект о городе, серия публикаций, наружная реклама, продвижение городских мест / людей и т.д.).

  Цифровой маркетинг: разработка онлайн-инструментов, которые помогают продвигать город, его события, места, маршруты, локальные продукты и городские инициативы (например, сайт города, городское медиа и другие цифровые платформы).

- ***Трек 5: Локальные бренды и бизнес-проекты***

  Трек направлен на разработку бизнес-проектов, которые опираются на уникальные ресурсы территории и усиливают её идентичность.

  Создание бизнес-проектов, направленных на развитие территории и ее идентичности: разработка предпринимательских инициатив, продуктов и бизнес-моделей, основанных на ресурсах, идентичности и стратегических особенностях территории. (например, создание

бренда локального продукта, эко-деревни, городского фермерского проекта, линейки товаров под концепцию «зелёного города», бизнес-модели городского рынка, мастерской, гастрономического бренда и т.д.)

8. ТРЕБОВАНИЯ К КОНКУРСНЫМ РАБОТАМ

8.1. Конкурсная работа включает в себя:

- анкету участника/команды с кратким описанием проекта, которая заполняется на сайте конкурса;
- описание предлагаемого креативного проекта на основе Исследования в соответствии с выбранным треком в форме PDF-файла (презентации) для чтения (ориентировочный план представлен ниже);

(формат PDF, не более 26 слайдов с учетом обложки)

Слайд	Содержание
1	Титульный лист: Название проекта (бренд-решения); его краткое описание; указание трека; название команды (при наличии) и ее состав
2	Визитка проекта с краткой информацией о проекте: целевая аудитория; влияние на территорию; предполагаемая стоимость запуска; используемые смыслы из бренд-концепции; рекомендуемые организаторы проекта; источники финансирования проекта; указание формата прототипа проекта; оценка готовности проекта к запуску; длительность реализации проекта
3	Смысловая основа проекта: указание смыслов проекта, взятых из бренд-концепции
4	Указание амбиции и вызовы территории в контексте бренд-решения
5	Целевая аудитория проекта (по желанию) с их характеристиками и особенностями взаимодействия с проектом

6	Обоснование актуальности проекта
7	Подтверждение актуальности на основе исследования идентичности города
8	Влияние на территорию — вклад проекта в социально-экономическую трансформацию города
9-14	Прототип
15	Описание проекта в свободной форме
16	Бенчмаркинг/референсы (по желанию)
17	Этапы запуска проекта/Дорожная карта проекта
18	Нефинансовые ресурсы, требуемые для реализации проекта: компетенции (человеческие ресурсы); материально-технические; информационные
19	Партнеры и организаторы: рекомендуемые организаторы проекта; рекомендуемые партнеры проекта
20	Финансовые ресурсы: стоимость реализации проекта; упрощённая смета расходов; источники финансирования
21	Финансовая модель (по желанию): CAPEX; OPEX; доходы и монетизация проекта; период окупаемости проекта; финансовый эффект для города
22	Описание перспектив развития и масштабирования проекта (по желанию)
23	Риски и возможные преграды (по желанию): внешние факторы; способы снижения рисков
24	Напутствие - Как запустить проект легко и эффективно? (по желанию)
25	Опора на Платформу тёплых связей
26	Заключительный слайд - Визитка команды

- Также, опционально, вы можете загрузить видео-визитку (формат MP4, хронометраж 3–5 минут, до 50 МБ)

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

9.1. После завершения приема заявок Оргкомитет проводит модерацию проектов на предмет:

- соответствия формату и требованиям Положения;
- полноты представленных материалов;
- отсутствия плагиата и нарушения авторских прав.

Проекты, прошедшие модерацию, передаются на оценку членам жюри. Каждый проект будет оцениваться независимо группой экспертов (не менее 2-х человек). Эксперты проводят независимое оценивание по критериям раздела в закрытом режиме. Оценка каждого эксперта равна сумме баллов по всем критерию.
Итоговая оценка проекта равна среднему баллу от всех членов жюри;
По итогам оценки формируется рейтинг проектов внутри каждого трека.

В случае равенства баллов преимущество получает проект с наивысшим баллом по критерию «Соответствие идентичности и бренд-концепции города». В случае равенства по этому критерию — по критерию «Креативность и новизна подхода» и т.д.

№	Критерий	Макс. балл за критерий	Содержание критерия
1.	Соответствие идентичности и бренд-концепции территории	20	Насколько креативное решение (проект, бренд-решение) учитывает контекст территории и результаты исследования идентичности города, опирается на бренд-концепцию — не угрожает основным смыслам из ядра бренд-концепции, имеет ясную смысловую основу, состоящую из идей бренд-концепции территории.
2.	Креативность подхода	20	Оригинальность и уникальность решения, насколько решение вызывает эмоциональный отклик и предлагает новый, нестандартный взгляд на привычные городские ресурсы и смыслы бренд-концепции.
3	Влияние на территорию	5	Насколько ясно показано, как креативное решение способно стать инструментом социально-экономического развития территории, сделать территорию инвестиционно привлекательной и сформировать сильное уникальное предложение для жителей, будущих жителей, бизнеса и гостей города.

4.	Глубина проработки и реализуемость	25	Оценивается продуманность дорожной карты, реалистичность оценок ресурсов (финансовые и нефинансовые ресурсы, команда, время), проработка возможных рисков и способов их снижения. Также учитывается чёткость выделения целевой аудитории, ясность шагов реализации и логика проекта в целом — как он встроится в жизнь города и кто будет его реализовывать. Важны обоснованность запроса на сотрудничество с городскими стейкхолдерами, предложения по партнёрам и организаторам, понимание источников финансирования и дальнейшего масштабирования проекта.
5	Готовность прототипа к запуску	20	Оценивается качество и детализация представленного прототипа — макета, визуализации, концепции или иного материального воплощения идеи, позволяющего оценить предлагаемое бренд-решение. Прототип должен давать представление о ключевых характеристиках продукта, его функционале, пользовательских сценариях и визуальном облике. Учитывается степень готовности прототипа к практической реализации: насколько он приближен к финальному продукту, требует ли существенной доработки или может быть запущен в пилотном режиме с минимальными корректировками.
6	Опора на «Платформу тёплых связей»	5	Оценивается, насколько проект использует ресурсы и возможности городской платформы — её разделы «Дневник города», «Бизнес хаб» и «Стратегический кабинет» — для обоснования, разработки и реализации бренд-решения. Учитывается, как участник применил данные платформы при формировании идеи, выявлении актуальности, работе с целевой аудиторией, поиске партнёров и ресурсов. Чем глубже и осмысленнее опора на информацию и инструменты платформы, тем выше оценка.
7.	Качество презентации	5	Оценивается визуальное и содержательное оформление презентации: насколько структурировано, логично и наглядно представлена информация. Учитывается ясность формулировок, отсутствие перегруженности текстом, грамотное использование визуальных материалов (схемы, макеты, иллюстрации), единый стиль и аккуратность подачи. Презентация должна помогать восприятию идеи, а не затруднять его. Чем убедительнее, чище и профессиональнее выглядит материал, тем выше оценка.
	ИТОГО	**100**	

10. РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОЕКТОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ

10.1. Каждый проект, прошедший модерацию организаторов и партнеров конкурса получает возможность публикации на маркетплейсе. Перед публикацией проектов на маркетплейсе жюри и организаторы Конкурса могут потребовать скорректировать проект. Обратная связь будет доступна

авторам проекта. В таком случае корректировка проекта будет необходимым условием для публикации проекта на маркетплейсе.

10.2 Страница проекта со следующей структурой. Организатор или Партнер Конкурса вправе по своему усмотрению потребовать скорректировать проект перед публикацией и, в случае невыполнения требований, не публиковать проект на платформе.

10.3. Цель публикации:

- информирования жителей и бизнеса о предложенных инициативах;
- поиска потенциальных партнёров для реализации.

10.4. Структура страницы проекта на платформе:

Блок	Содержание
Шапка	Название проекта, трек, статус (`Концепт` / `Призер` / ` Победитель`), набранные баллы
Команда	Фотографии участников, ФИО, роли, учебное заведение / организация, кнопка «Связаться с авторами»
Краткое описание	1 абзац (до 300 знаков)
Презентация	Возможность скачать PDF-презентацию, просмотреть видео питч (при наличии)
Визуальные материалы	Галерея: 3–10 изображений (макеты, рендеры, фото прототипов, схемы)
Параметры реализации	Ориентировочный бюджет (диапазон), сроки, необходимый уровень поддержки (администрация/бизнес/волонтёры)
Комментарии экспертов	Раздел комментариев
Контакты для партнерства	Кнопка «Предложить сотрудничество» → форма обратной связи → автоматическое уведомление авторам + копию Оргкомитету
Специальные теги	Несколько тегов, которые описывают суть проекта

	Тег по основному направлению/тематике (напр. экология/культура/развлечения/транспорт и т.д.) Тег по ЦА (для всех/для детей/для серебряного возраста и т.д.) Тег трека

10.5. Механика взаимодействия проекта с заинтересованными сторонами (бизнес, инвесторы, администрация) на платформе:
Заинтересованные стороны могут:

- фильтровать проекты по трекам, статусу, бюджету, тематике;
- оставлять комментарии и вопросы;
- отправлять авторам предложения о сотрудничестве через встроенную форму;
- подписываться на обновления конкретных проектов.

Авторы проектов сами принимают решение об ответе на предложения. Оргкомитет выступает модератором первых контактов при возникновении спорных ситуаций.

11. ПРИЗОВОЙ ФОНД

11.1. Награды и поощрения для участников/команды Конкурса предоставляются в зависимости от их результатов. Победители и призеры определяются независимо в рамках каждого трека.

11.2. Каждый финалист конкурса получает сертификат об участии в Конкурсе (электронная версия).

11.3. Оценка финалистов проводится профессиональным жюри по утвержденным критериям. Посредством экспертной оценки определяются победитель и призеры (2-е и 3-е места) Конкурса.

11.4. Призовой фонд сформирован Организаторами и Партнерами Конкурса и распределяется исключительно на предоставление призов победителям и призерам Конкурса.

11.5. Призовой фонд Конкурса включает:

- Сертификаты победителя, призера или финалиста Конкурса (электронная версия) по каждому из треков.
- Бонусы от Партнеров Конкурса.

11.6. Возможны иные партнерские подарки.

12. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

12.1. Организатор и Партнеры Конкурса не несут ответственности за сбои в сети Интернет, а также за действия (бездействие) организаций, обеспечивающих работу сети Интернет, за действия (бездействие) организаций-операторов интернет-связи, к которым подключен участник, и прочих лиц, задействованных в процессе направления, передачи, поступления конкурсных материалов на участие в Конкурсе.

12.2. Организатор и Партнеры Конкурса не несут ответственности за неознакомление участников с результатами Конкурса, за неисполнение (несвоевременное исполнение) участниками обязанностей, предусмотренных настоящим Положением, а также за неполучение от участников сведений, необходимых для получения приза, по вине организаций связи или иным, не зависящим от Организатора причинам. Также Организатор и Партнеры Конкурса не несут ответственности за какие-либо последствия ошибок участника, включая (кроме всего прочего) понесенные последним затраты.

12.3. Все участники Конкурса самостоятельно оплачивают расходы, понесенные ими в связи с участием в Конкурсе (в том числе, без ограничений, расходы, связанные с доступом в Интернет).

12.4. Организатор оставляет за собой право не допускать к участию в Конкурсе или удалять без предупреждения работы, которые противоречат требованиям, описанным в п.4 настоящего Положения.

12.5. Если Конкурс невозможно провести как запланировано, по какому-либо основанию, выходящему за рамки разумного контроля Организатора, в том числе вследствие военных действий, терроризма, чрезвычайного положения или катастрофы (включая стихийное бедствие), торговых и иных санкций, заражения компьютерным вирусом, аппаратных ошибок, манипуляций, несанкционированного вмешательства, технических сбоев или любых действий, которые срывают или затрагивают администрирование, безопасность, объективность, целостность или надлежащее проведение Конкурса, Организатор сохраняет за собой право, исключительно по своему усмотрению, аннулировать, прекращать, изменять или приостанавливать Конкурс и (или), по собственному усмотрению, предоставлять альтернативные призы такой же стоимости, что и первоначальные призы.

12.6. Все решения Организатора в отношении проведения Конкурса являются окончательными, и он не вступает, в связи с этим в какую-либо переписку с участниками Конкурса.

Директор Фонда «Любимый город»  Е.О.Романенко