

«УТВЕРЖДАЮ»

Главный Редактор
журнала «Кофе и Чай в России»
Чантурия Р.О.

04.06.18



ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении конкурсного отбора на Национальную премию
«Coffee Packaging Award 2019»

2018

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Национальная премия «Coffee & Tea Packaging Award» (далее Премия) учреждена журналом «Кофе и Чай в России» (далее Организатор) в целях совершенствования упаковочных решений и информирования специалистов и потребителей о новых трендах в сфере упаковывания кофе;
2. Определение лауреата Премии осуществляется ежегодно, в форме конкурсного отбора, на основании решения конкурсной комиссии
3. Конкурсный отбор проводится в соответствии с принципами открытости для всех желающих.
4. Лауреатом Премии объявляется упаковка, получившая наивысшие оценки конкурсной комиссии. Такая упаковка получает звание «Лучшая упаковка года»;
5. Номинация упаковки для участия в конкурсном отборе бесплатная. При этом податель заявления на участие в конкурсном отборе несет расходы по доставке номинируемой продукции Организатору;

II. УЧАСТИЕ В КОНКУРСНОМ ОТБОРЕ

1. Конкурсный отбор осуществляется по двум категориям:
 - лучшая упаковка по кофе;
 - лучшая промо-упаковка по кофе;
2. До участия в конкурсном отборе допускаются любые виды упаковки для:
 - жареного кофе;
 - молотого кофе;
 - растворимого кофе;
 - кофейных миксов (2в1/3в1);
3. Упаковки, номинированные на конкурсный отбор, должны быть заявлены Организатору до 1 января 2019 года. При этом одно лицо может заявить не более 3-х упаковок в каждой из категорий, указанных в Разделе II, п.1 настоящего Положения;
4. Организатор вправе в любое время вносить изменения в действующее Положение и устанавливать любые дополнительные условия участия в конкурсном отборе. При этом, если такие изменения или дополнения будут устанавливаться в ходе уже начатого конкурсного отбора, то они (изменения и дополнения) не должны ухудшать условий для тех, кто уже принимает участие в конкурсном отборе;
5. Организатор конкурсного отбора и иные уполномоченные им лица, имеют право использовать наименование, изображение, публичные данные, относящиеся к номинанту, а также результаты конкурсного отбора в любом формате, без оплаты, для любых целей, связанных с продвижением кофе, популяризации и развития Премии.

- Любые участвующие в конкурсном отборе лица обязаны уважительно относиться друг к другу, зрителям, болельщикам, судьям, спонсорам и Организатору конкурсного отбора.

III. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСНОГО ОТБОРА

- Конкурсный отбор проводится в два этапа. Общее количество номинантов на первом этапе конкурсного отбора не ограничено. Количество номинантов, допущенных до второго этапа не должно превышать 15;
- Для участия в конкурсном отборе, уполномоченное владельцем упаковки лицо, обязано в срок с 4-го июня до 1 января, заполнить он-лайн форму заявления, к которому приложить фотографии выдвигаемых на конкурсный отбор упаковок с указанием автора и/или агентства, разработавших дизайн.
- Фотографии иллюстрирующие упаковку должны быть в формате JPEG, JPG, PNG. Расширение изображения: 200-300 dpi. Дополнительные иллюстрационные материалы (видео или фото), могут быть направлены на почту info@coffeetearusexpo.ru.
- В случае если общее количество упаковок, участвующих в номинации «Лучшая упаковка по кофе» будет менее пяти, то данная номинация исключается из конкурсного отбора. В случае, если общее количество упаковок, участвующих в номинации «Лучшая промо-упаковка по кофе» будет меньше пяти, то данная номинация исключается из конкурсного отбора. В случае, если общее количество упаковок в каждой из номинаций, участвующих в конкурсном отборе, будет меньше 15, то все номинанты попадают во второй этап конкурсного отбора.
- Первый этап конкурсного отбора проводится после завершения приема заявок в срок с 1-го по 18 января. На этом этапе конкурсная комиссия проводит голосование по критерию «Внешняя привлекательность». По 15 упаковок в каждой категории, набравших наибольшее количество баллов, проходят во второй этап. Информация о прохождении во второй этап высылается лицу, подавшему заявку на выбранную в ходе голосования упаковку, на почту, указанную в ходе заполнения он-лайн формы заявления.
- Упаковка, прошедшая во второй этап, должна быть прислана Организатору конкурсного отбора в количестве 2 шт в срок до 1 марта 2019 года по адресу: 123060 Москва, Берзарина 36, стр 2, офис 415
- Второй этап конкурсного отбора проводится 13-14 марта 2019. На этом этапе конкурсная комиссия в очном режиме проводит оценку оригиналов упаковок, прошедших во второй этап конкурсного отбора.
- По результатам оценки судей определяются победители в номинациях:

- Лучшая упаковка по кофе (по сумме всех баллов)
 - Подкатегория «Упаковка для кофе с самым большим маркетинговым потенциалом» (по сумме баллов за маркетинговый потенциал);
 - Подкатегория «Самая технологичная упаковка для кофе» (по сумме баллов за технологичность);
- Лучшая промо-упаковка по кофе

IV. УЧАСТИЕ В КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ

1. К участию в конкурсной комиссии допускаются лица, имеющие большой и разнообразный опыт работы в области кофе/упаковочных материалов/дизайна/маркетинга и рекламы, пользующиеся авторитетом в профессиональном сообществе;
2. Количественный и персональный состав конкурсной комиссии определяется Организатором. При этом состав конкурсной комиссии не может быть менее 3-х человек;
3. За организацию работы конкурсной комиссии и подведение итогов конкурсного отбора, а также за методическое сопровождение работы конкурсной комиссии отвечает Организатор;
4. Члены конкурсной комиссии обязаны осуществлять оценку упаковок беспристрастно, внося все соответствующие оценки и пометки/комментарии в судейские листы.
5. К участию в конкурсной комиссии не допускаются лица, так или иначе аффилированные с организациями, подавшими заявку на участие в конкурсном отборе.
6. Участники конкурсной комиссии не могут комментировать оценки, данные в ходе конкурсного отбора, вплоть до момента официального объявления итоговых результатов.
7. В ходе конкурсного отбора участник конкурсной комиссии имеет право исправить любую поставленную им оценку до сдачи судейских листов Организатору.
8. Для определения итогового результата подсчитывается сумма всех оценок, выставленных всеми участниками конкурсной комиссии, с учетом разного веса разных критериев оценки (если система разного веса критериев используется).
9. В ходе конкурсного отбора обладателями премии объявляются упаковки с наивысшим окончательным результатом.

V. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

1. В ходе первого этапа участники конкурсной комиссии оценивают упаковки по критерию «Внешняя привлекательность». Баллы начисляются по шкале от 1 до 10 баллов, где 1 – наименьший бал, а 10 – наибольший балл. После определения упаковок, которые проходят в следующий этап конкурсного отбора, оценки, полученные в ходе голосования на первом этапе обнуляются и не учитываются в ходе голосования на втором этапе конкурсного отбора.
2. В ходе второго этапа участники конкурсной комиссии оценивают упаковки по критериям, указанным в Приложение №1, являющимся неотъемлемой частью данного Положения. Баллы начисляются по шкале от 1 до 10 баллов, где 1 – наименьший бал, а 10 – наибольший балл.

VI. СОБЛЮДЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И СПОРЫ

1. Настоящие Положение обязательно для соблюдения всеми лицами, принимающими участие в конкурсном отборе;
2. Нарушение любого пункта настоящего Положения может привести к дисквалификации упаковки, участвующей в конкурсном отборе, за исключением случаев, когда такое нарушение явилось следствием вынужденных обстоятельств;
3. Решение о дисквалификации принимается Организатором конкурсного отбора;
4. Нарушение Положения со стороны участников конкурсной комиссии также рассматриваются Организатором. В случае серьезного нарушения участник конкурсной комиссии может быть отстранен от дальнейшей работы, как на определенный период, так и пожизненно. Решение о дисквалификации участника конкурсной комиссии принимается с описанием нарушения и аргументацией такого решения. В случае, если участник конкурсной комиссии дисквалифицируется в ходе конкурсного отбора, то решение об использовании его оценок при подсчете результатов принимается Организатором;
5. Любые иные решения в отношении организации конкурсного отбора, работы конкурсной комиссии и результатов соревнований могут быть оспорены. Оспаривающий решения может обратиться устно к Организатору конкурсного отбора. Если спорная ситуация не может быть решена на месте, оспаривающий может подать заявление Организатору конкурсного отбора в письменном виде, не позднее, чем через 24 часа после их возникновения. В заявлении должно быть указано: имя заявителя, его контактные данные, дата и время возникновения претензии, описание сути претензии, мнение/предложение заявителя по решению ситуации. Заявление должно быть рассмотрено в течение 7 рабочих дней и по нему должно быть вынесено решение Организатора, которое должно быть доведено до подателя заявления. Решение Организатора по любым спорным вопросам является окончательным и обжалованию не подлежит.

VII. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Лауреат Премии может использовать специальный знак «Лучшая упаковка года», разработанный и предоставленный Организатором.
2. Любые вопросы, неурегулированные в данном Положении, решаются Организатором.

Приложение №1

Критерии оценок упаковок. Финал

1. Цельность упаковки	Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл	А) Создается ли ощущение единства образа упаковки и продукта, которые в него упакован? Б) Гармонично ли сочетаются все элементы упаковки (фактура, цвет, изображения, надписи и т.п.)
2. Честность	Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл	а) Не вводит ли какие-либо элементы упаковки в заблуждение потребителя? Не обманывает ли упаковка ожиданий потребителя? Это может касаться, как элементов изображения, так и свойства продукта, а также габаритов упаковки (например, упаковка может быть явно больше, чем размер ее содержимого)
3. Оригинальность	Коэффициент – 2 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл	а) Насколько оригинальны форма, размер, оформление? Б) Насколько непохожа упаковка на упаковки других товаров той же категории, других категорий?
4. Информативность	Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл	а) Насколько качественно обеспечено восприятие информации в связке с продуктом б) Насколько читабельны тексты в) Насколько полно указана важная для потребителя информация, насколько она соответствует Техническому регламенту Таможенного Союза и другим обязательным нормативным документам
5. Эффективность/удобство/безопасность	Коэффициент – 2 Шаг – 1 балл	А) Насколько эффективна/безопасна упаковка при транспортировке

	<p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Б) Насколько эффективна/безопасна упаковка при хранении</p> <p>В) Насколько удобна упаковка в использовании</p> <p>г) Насколько удобна упаковка для выставления на полке в рознице</p>
6.Маркетинговый потенциал:	<p>Коэффициент – 2</p> <p>Шаг – 1 балл</p> <p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Насколько высок потенциал упаковки с точки зрения ее продвижения на рынке</p>
7. Эмоциональность	<p>Коэффициент – 1</p> <p>Шаг – 1 балл</p> <p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Какие эмоции вызывает упаковка – положительные или отрицательные, нейтральные</p>
8.Соответствие ценовому позиционированию	<p>Коэффициент – 1</p> <p>Шаг – 1 балл</p> <p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Насколько дизайн и технологические особенности упаковки соответствуют заявленной розничной цене продукта</p>
Инновационность	<p>Коэффициент – 1</p> <p>Шаг – 1 балл</p> <p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Применяются ли новые приемы, технологии в упаковке.</p>
Технологичность	<p>Коэффициент – 1</p> <p>Шаг – 1 балл</p> <p>10 баллов – наибольший балл</p> <p>1 балл – наименьший балл</p>	<p>Насколько сложна упаковка в производстве, ее стоимость на выходе.</p> <p>Насколько удалось оптимизировать расходы на производстве.</p>

Экологичность	Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл	Использование экологических материалов и красок в упаковке, вторичное использование.
---------------	--	--