

# Regulamin konkursu Pełty Rynku FMCG 2011

## I. ORGANIZATOR I CEL KONKURSU

1. Organizatorem Konkursu „Pełty Rynku FMCG 2011” zwanego dalej „Konkursem” jest Wydawnictwo Gospodarcze Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Wałbrzyskiej 11 lok. 254, zwane dalej „Organizatorem”.

2. Celem Konkursu jest :

- Wyłonienie najlepszych zdaniem detalistów nowych produktów FMCG.
- Wskazanie nowych produktów FMCG o największym potencjale sprzedażowym.
- Promocja jakości i wysokich standardów w działalności producentów FMCG.
- Wspieranie wizerunku dobrych marek i przedsiębiorstw FMCG w branży handlowej poprzez promowanie marek i firm najlepszej jakości.

3. Konkurs przebiega pod nadzorem jednego z czołowych instytutów badawczych – GfK Polonia.

## II. PRZEBIEG I CZAS TRWANIA KONKURSU

1. Konkurs „Pełty Rynku FMCG 2011” trwa od stycznia 2011 do czerwca 2011.

2. Konkurs „Pełty Rynku FMCG” odbywa się cyklicznie, raz do roku i składa się z czterech etapów:

- **Etap I - Przyjmowanie zgłoszeń** : w pierwszym etapie (trwającym w edycji 2011 od 14.01.11 do 14.02.11) Organizator przyjmuje od producentów, usługodawców oraz firm związanych z branżą handlową zgłoszenia produktów i usług pretendujących do nagrody na podstawie zdjęć i wypełnionego zgodnie z zasadami Konkursu formularza zgłoszeniowego.
- **Etap II – Weryfikacja nadesłanych zgłoszeń** : w etapie drugim (trwającym w edycji 2011 od 14.02.11 do 11.03.11) Organizator sprawdza poprawność i zgodność z zasadami Konkursu nadesłanych zgłoszeń.
- **Etap III – Głosowanie** : podczas trzeciego etapu ( trwającego w edycji 2011 od 16.03.11 do 30.04.11) właściciele i kierownicy sklepów detalicznych oraz inne osoby odpowiedzialne za zakupy do sklepów (czytelnicy Wiadomości Handlowych) typują zwycięzców wśród produktów i usług zakwalifikowanych do Konkursu, poprzez wypełnienie ankiety dołączonej do marcowego wydania miesięcznika „Wiadomości Handlowe” lub ankiety internetowej zamieszczonej w formie broszury na stronie [www.wiadomoscihandlowe.com.pl](http://www.wiadomoscihandlowe.com.pl) . Po wypełnieniu odsyłają ankietę bezpośrednio do Instytutu Badawczego GfK Polonia.
- **Etap IV – Weryfikacja ankiet i zliczenie głosów** : w czwartym etapie (trwającym w edycji 2011 od 04.05.11 do 13.05.11) Instytut Badawczy GfK Polonia sprawdza poprawność nadesłanych ankiet i dokonuje zliczenia głosów.

3. Ogłoszenie wyników Konkursu „Pełty Rynku FMCG 2011” nastąpi w czerwcu 2011 roku podczas uroczystej gali rozdania nagród.

## III. WARUNKI UCZESTNICTWA W KONKURSIE

1. W Programie mogą uczestniczyć przedsiębiorstwa, które spełniają następujące wymogi:

- a) działają na terenie Polski.
- b) są bezpośrednio związane z branżą FMCG.

- c) zgłoszone przez nie produkty lub usługi pojawiły się w sprzedaży w ciągu całego roku 2010 lub w listopadzie i grudniu 2009 do branży handlowej.
- d) prześlą do redakcji „Wiadomości Handlowych” wypełniony zgodnie z zasadami Konkursu formularz zgłoszeniowy.
2. Z udziału w Konkursie wyłączone zostają:
- a) produkty i usługi będące marką własną sieci handlowej.
- b) produkty i usługi które brały udział w poprzedniej edycji Konkursu.
3. Zgłoszenia i udział w Konkursie jest bezpłatny.
4. Przystąpienie do Konkursu następuje poprzez przesłanie przez Uczestnika Konkursu w terminie do dnia 14 lutego 2011 poniższych materiałów:
- a) Wypełnionego formularza zgłoszeniowego.
- b) Kolorowego zdjęcia produktu (wymagania techniczne: białe, jednolite tło, plik \*.tiff lub \*.jpg, rozdzielczość 300 dpi) wraz z opisem (do 700 znaków ze spacjami, z podaniem gramatury produktu)
- c) W przypadku zgłaszanej usługi: logo/znak usługi (formaty \*.pdf lub \*.jpg) i opis max 700 znaków ze spacjami.
- d) W przypadku, w którym Uczestnik Konkursu zgłasza produkt lub usługę, których jest wyłącznym dystrybutorem konieczne jest załączenie oświadczenia o posiadaniu stosownych praw do jego wprowadzania do obrotu na terytorium Polski oraz korzystania w powyższym zakresie z jego marki, znaku towarowego i innych oznaczeń.
5. Każdy Uczestnik Konkursu ma prawo zgłosić wyłącznie jeden nowy produkt lub usługę lub nową linię produktową w każdej z kategorii.
6. W każdej z kategorii może występować tylko jeden produkt danej marki.
7. Każdego uczestnika konkursu Organizator definiuje na podstawie odrębnego numeru NIP, czyli w przypadku firm złożonych z wielu zakładów o uwzględnieniu ich zgłoszeń w jednej kategorii decyduje posiadanie przez nie własnych numerów NIP.
8. Materiały zgłoszeniowe mogą być dostarczone do siedziby Organizatora na płycie CD lub przesłane w formie elektronicznej na adres e-mail: [perly@wiadomoscihandlowe.com.pl](mailto:perly@wiadomoscihandlowe.com.pl)
9. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za zgłoszenia, które nie dotarły do niego z przyczyn od niego niezależnych (np. skutek awarii poczty e-mail; opóźnień pocztowych itp.)
10. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie nieprawdziwych danych lub danych osoby trzeciej przez Uczestników Konkursu. Podanie nieprawdziwych danych skutkuje odebraniem prawa do nagrody.
11. Uczestnik ma prawo wycofać lub zmienić swoje zgłoszenie wyłącznie do dnia 18 lutego 2011 roku.
12. Jeżeli w danej kategorii nie zostanie zgłoszonych przynajmniej 5 produktów nie będzie ona brana pod uwagę w Konkursie.
13. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany liczby zgłoszeń w danej kategorii, liczby kategorii lub nazwy kategorii oraz ostatecznego przypisania produktu/usługi do danej kategorii.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia decyzji o przyjęciu lub odrzuceniu zgłoszenia bez podania przyczyny.
15. Zgłoszenie produktu lub usługi do Konkursu jest równoznaczne z udzieleniem przez Uczestnika zgody na prezentowanie ich na stronach internetowych należących do Organizatora i Partnerów Konkursu, a także we wszelkich materiałach informacyjnych i promujących Konkurs.
16. Zgłoszenie do Konkursu jest równoznaczne z akceptacją Regulaminu Konkursu przez Uczestnika.

17. W przypadku naruszenia zasad wymienionych w regulaminie Organizator ma prawo wykluczyć Uczestnika z Konkursu.

18. Formularz zgłoszeniowy stanowi załącznik do regulaminu.

#### **IV. KATEGORIE ZGŁOSZEŃ DO KONKURSU**

1. Konkurs „Perły Rynku FMCG” składa się z 2 grup kategorii – kategorie produktowe i kategorie usługowe.

2. Do kategorii produktowych zaliczane są produkty spożywcze, kosmetyczne i chemiczne zgłoszone do Konkursu.

3. Do kategorii usługowych zaliczane są wszystkie produkty i usługi związane z obsługą i wyposażeniem sklepów.

4. Zwycięzcy Konkursu otrzymają tytuł i statuetkę „Perła Rynku FMCG 2011” (dotyczy kategorii produktowych) lub „Perła Rynku –Wybór Detalistów” (dotyczy kategorii usługowych)

5. Laureaci drugiego i trzeciego miejsca w konkursie otrzymają tytuł i dyplom „Produkt Wyróżniony w Konkursie Perły Rynku FMCG 2011” lub „Produkt Wyróżniony w Konkursie Perła Rynku – Wybór Detalistów”

6. W przypadku uzyskania przez dwa produkty w danej kategorii jednakowej ilości głosów zostaną one sklasyfikowane ex aequo.

7. Listy Kategorii wraz z formularzem zgłoszeniowym stanowią załącznik do regulaminu.

#### **V. ZASADY GŁOSOWANIA**

1. W głosowaniu na produkty zamieszczone w ankiecie konkursowej mogą brać udział wyłącznie właściciele i kierownicy sklepów oraz pracownicy sklepów odpowiedzialni za zaopatrzenie.

2. Jedna placówka handlowa może przekazać do instytutu badawczego GfK Polonia maksymalnie 1 wypełnioną ankietę.

3. O poprawności głosowania i uwzględnieniu ankiet decyduje instytut GfK Polonia.

#### **VI. PRAWO WYKORZYSTYWANIA ZNAKU**

1. Organizator przyznaje prawo do bezpłatnego wykorzystywania w działaniach marketingowych znaku „Perła Rynku FMCG 2011” oraz znaku „Perła Rynku- Wybór Detalistów” laureatom konkursu „Perły Rynku FMCG 2011”, których produkty lub usługi zwyciężyły w poszczególnych kategoriach i otrzymały prestiżowe statuetki.

2. Laureatom konkursu „Perły Rynku FMCG 2011”, których produkty lub usługi zajęły miejsce drugie lub trzecie w poszczególnych kategoriach, Organizator przyznaje prawo do bezpłatnego wykorzystywania w działaniach marketingowych znaku „Produkt wyróżniony w konkursie Perły Rynku FMCG 2011” oraz znaku „Produkt wyróżniony w konkursie Perła Rynku – Wybór Detalistów”.

3. Laureaci zobowiązują się do wykorzystywania zastrzeżonych w Urzędzie Patentowym znaków „Perła Rynku FMCG 2011” i „Perła Rynku- Wybór Detalistów” oraz „Produkt wyróżniony w konkursie Perły Rynku FMCG 2011” i „Produkt wyróżniony w konkursie Perła Rynku – Wybór Detalistów” wyłącznie zgodnie z formą, wymiarami oraz znakiem graficznym przekazanym przez Organizatora.

4. Prawo do wykorzystywania znaków „Perła Rynku FMCG 2011” i „Perła Rynku- Wybór Detalistów” oraz „Produkt wyróżniony w konkursie Perły Rynku FMCG 2011” i „Produkt wyróżniony w konkursie Perła Rynku – Wybór Detalistów” nie może być przenoszone na rzecz osób trzecich.

5. Prawo do wykorzystywania znaków „Perła Rynku FMCG 2011” i „Perła Rynku- Wybór Detalistów” oraz „Produkt

wyróżniony w konkursie Perły Rynku FMCG 2011” i „Produkt wyróżniony w konkursie Perła Rynku – Wybór Detalistów” nie może być przenoszone na rzecz produktów i usług nie biorących udziału w konkursie.

## **VII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE**

1. Regulamin konkursu znajduje się do wglądu w redakcji oraz na stronie internetowej Organizatora Konkursu.
2. W sprawach interpretacji zapisów i wymagań regulaminowych decyzje podejmuje Organizator.
3. Wszelkie pytania i uwagi można kierować na oficjalny adres e-mail konkursu: [perly@wiadomoscihandlowe.com.pl](mailto:perly@wiadomoscihandlowe.com.pl)
4. Naruszenie ustaleń regulaminu Konkursu przez Uczestnika będzie oznaczało jego wykluczenie z uczestnictwa w Konkursie.
5. Wszelkie spory dotyczące przebiegu Konkursu oraz innych kwestii z nim związanych, w tym w szczególności dotyczące wykorzystania znaku „Perła Rynku”, rozstrzygane będą przez Sąd właściwy dla siedziby Organizatora.
6. Zgłoszenie przez Uczestnika produktu lub usługi do udziału w Konkursie jest równoznaczne z jego zgodą na warunki określone w niniejszym Regulaminie.

Warszawa dn. 10.01.2011