

Regulamin badania „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2012”



I. ORGANIZATOR I CEL BADANIA

- 1/ Organizatorem badania „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2012” zwanego dalej „badaniem”, jest Wydawnictwo Gospodarcze Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Wałbrzyskiej 11 lok. 254, zwane dalej „Organizatorem”.
- 2/ Celem badania jest wyłonienie, na podstawie opinii konsumentów, najlepszych nowych produktów FMCG wprowadzonych na rynek w okresie 01.11.10 – 22.11.11.
- 3/ Badanie przeprowadza instytut badawczy GfK Polonia.
- 4/ Badanie jest polską edycją konkursu „Produkt des Jahres”

II. PRZEBIEG I CZAS TRWANIA BADANIA

- 1/ Badanie „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2012” odbywa się w okresie od listopada 2011 do stycznia 2012.
- 2/ Badanie „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2012” odbywa się raz do roku i składa się z trzech etapów:
 - **Etap I – Przyjmowanie zgłoszeń:** Organizator w okresie od 07.11.11 do 22.11.11 przyjmuje od producentów FMCG zgłoszenia produktów w formie zdjęć i wypełnionego formularza zgłoszeniowego.
 - **Etap II – Przeprowadzenie badania przez instytut badawczy GfK Polonia:** Instytut przeprowadza badanie metodą wywiadów elektronicznych w okresie od 01.12.11 do 29.12.11.
 - **Etap III – Prezentacja wyników badania:** Ogłoszenie wyników badania nastąpi w styczniu 2012 roku podczas konferencji zorganizowanej wspólnie przez redakcje „Wiadomości Handlowych” i „Wiadomości Kosmetycznych” oraz w lutowych wydaniach obu miesięczników.

III. ZASADY BADANIA

- 1/ Badanie przeprowadza instytut GfK Polonia wg metodologii opracowanej przez instytut INNOFACT dla niemieckiej edycji badania „Produkt des Jahres”.
- 2/ W głosowaniu na produkty zamieszczone w ankiecie konkursowej biorą udział konsumenci decydujący lub współdecydujący o zakupach do swojego gospodarstwa domowego.

3/ Badanie przeprowadzane jest drogą wywiadów internetowych CAWI na reprezentatywnej grupie 1100 respondentów.

4/ Po zakończeniu badania GfK Polonia dokona analizy zebranych danych oraz sporządzi i prześle Organizatorowi do dnia 29 grudnia 2011 raport przedstawiający ostateczny rezultat badania.

5/ Oficjalne ogłoszenie wyników nastąpi w styczniu 2012.

IV. WARUNKI UCZESTNICTWA W BADANIU

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

- działają na terenie Polski.
- są dystrybutorami lub producentami FMCG.
- zgłoszone produkty pojawiły się w sprzedaży w okresie 01.11.2010 – 22.11.2011
- prześlą odpowiednio do redakcji „Wiadomości Handlowych” lub „Wiadomości Kosmetycznych” w okresie 07-22 listopada 2011 wypełniony zgodnie z zasadami formularz zgłoszeniowy wraz ze zdjęciem produktu.

2/ Zgłoszenia i udział w badaniu jest bezpłatny.

3/ Z udziału w badaniu wyłączone zostają:

- produkty będące marką własną sieci handlowej.
- produkty, które brały udział w poprzedniej edycji badania.
- linie produktów, w skład których między innymi wchodzi produkty odbiegające od charakteru kategorii do której zostały zgłoszone oraz/lub które mogłyby być zgłoszone jednocześnie w innej kategorii.
- produkty alkoholowe i tytoniowe

4/ Kategorie określające grupy produktów które zostaną uwzględnione w badaniu zawiera Lista Kategorii.

5/ Lista Kategorii wraz z formularzem zgłoszeniowym stanowią załącznik do regulaminu.

6/ Przystąpienie do badania następuje poprzez przesłanie przez uczestnika badania w terminie do dnia 22 listopada 2011 poniższych materiałów:

- Wypełnionego formularza zgłoszeniowego.
- Kolorowego zdjęcia produktu (wymagania techniczne: białe, jednolite tło, plik *.tiff lub *.jpg, rozdzielczość 300 dpi)

7/ Każdy uczestnik badania ma prawo zgłosić wyłącznie jeden nowy produkt lub nową linię produktową w każdej z kategorii.

8/ W każdej z kategorii może występować tylko jeden produkt danej marki.

9/ Materiały zgłoszeniowe mogą być dostarczone do siedziby Organizatora na płycie CD lub przesłane w formie elektronicznej na adres e-mail: info@wiadomoscihandlowe.com.pl

10/ 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.)

11/ Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie nieprawdziwych danych lub danych osoby trzeciej przez uczestników badania. Podanie nieprawdziwych danych skutkuje odebraniem prawa do nagrody.

12/ Uczestnik ma prawo wycofać lub zmienić swoje zgłoszenie wyłącznie do dnia 22 listopada 2011 roku.

13/ Jeżeli w danej kategorii nie zostanie zgłoszonych przynajmniej 5 produktów nie zostanie ona uwzględniona w badaniu.

14/ Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany liczby zgłoszeń w danej kategorii, liczby kategorii lub nazwy kategorii oraz ostatecznego przypisania produktu/usługi do danej kategorii.

15/ Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia decyzji o przyjęciu lub odrzuceniu zgłoszenia bez podania przyczyny.

16/ Zgłoszenie produktu lub usługi do badania jest równoznaczne z udzieleniem przez uczestnika zgody na prezentowanie ich na stronach internetowych należących do Organizatora i Partnerów badania, a także we wszelkich materiałach informacyjnych i promujących badanie.

17/ Zgłoszenie do badania jest równoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu przez uczestnika.

18/ W przypadku naruszenia zasad wymienionych w regulaminie Organizator ma prawo wykluczyć uczestnika z badania.

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

V. PRAWO WYKORZYSTYWANIA ZNAKU

1/ Organizator przekazuje prawo do wykorzystywania znaku „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2012” na zasadzie odpłatnej licencji.

2/ Zasady wykupienia licencji zostaną przedstawione w styczniu 2012 wyłącznie laureatom badania.

3/ Wykupienie licencji uprawnia Laureatów do bezterminowego wykorzystywania logo.

4/ Licencja dotyczy 3 pierwszych miejsc, które uczestnicy uzyskają na podstawie największej ilości wskazań respondentów w każdej z badanych kategorii:

- Laureaci 1 miejsca otrzymują licencję uprawniającą do wykorzystania logo: „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów” oraz „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Złoto”
- Laureaci 2 miejsca otrzymują licencję uprawniającą do wykorzystania logo: „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów” oraz „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Srebro”
- Laureaci 3 miejsca otrzymują licencję uprawniającą do wykorzystania logo: „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów” oraz „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Brąz”

5/ Prawo do wykorzystywania logo „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów”, „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Złoto”, „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Srebro” oraz „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Brąz” nie może być przenoszone na rzecz osób trzecich.

6/ Prawo do wykorzystywania logo „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów”, „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Złoto”, „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Srebro” oraz „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Brąz” nie może być przenoszone na rzecz produktów i usług nie biorących udziału w konkursie.

VI. 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 dotyczące badania można kierować na adres e-mail:
malgorzata.wojtas@wiadomoscihandlowe.com.pl
- 4/ Naruszenie ustaleń regulaminu badania przez uczestnika, będzie oznaczało jego wykluczenie z badania.
- 5/ Wszelkie spory dotyczące przebiegu Konkursu oraz innych kwestii z nim związanych, w tym w szczególności dotyczące wykorzystania znaków „Najlepszy Produkt”, rozstrzygane będą przez Sąd właściwy dla siedziby Organizatora.
- 6/ Zgłoszenie przez Uczestnika produktu lub usługi do udziału w badaniu jest równoznaczne z jego zgodą na warunki określone w niniejszym Regulaminie.

Warszawa dn. 17.11.2011