

«УТВЕРЖДАЮ»

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

20.05.2021



ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении конкурсного отбора Национальной премии
«Coffee & Tea & Chocolate & Herb Packaging Award 2021»

2021

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Национальная премия «Coffee & Tea & Chocolate & Herb Packaging Award» (далее Премия) учреждена журналом «Кофе и Чай в России» в целях:

- поддержки новых трендов в упаковочной индустрии и информировании о них специалистов и потребителей;
- поддержки развития кофейной, чайной и кондитерской отраслей, а также рынка травяных чаев;
- обмена опытом между специалистами в области разработки упаковочных решений.

2. Определение лауреатов Премии производится в форме конкурсного отбора представленных на конкурс упаковок.

3. Упаковки на конкурс представляются лицами (юридическими/физическими), имеющими надлежащим образом оформленные права на представляемую упаковку, исключающими какой-либо конфликт с правообладателем упаковки. При этом одно лицо может заявить не более 3-х упаковок в каждой из категорий.

4. Звание «Лучшая упаковка года» присуждается ежегодно, на основании выбора, сделанного конкурсной комиссией.

5. Координация конкурсного отбора осуществляется Конкурсной комиссией (далее Организатор), создаваемой журналом «Кофе и Чай в России».

6. Участие в конкурсном отборе бесплатное за исключением расходов на доставку Организатору упаковки, представляемой на конкурс.

II. УЧАСТИЕ В КОНКУРСНОМ ОТБОРЕ

1. Конкурсный отбор проходит по 4 категориям:

- Лучшая упаковка по чаю;
- Лучшая упаковка по кофе;
- Лучшая упаковка по шоколаду;
- Лучшая упаковка по травяному чаю.

2. Для участия в конкурсном отборе допускаются упаковки (кроме стеклянных):

- Для кофе:
 - жареного-молотого кофе;

- зернового кофе;
 - растворимого кофе;
 - кофейных миксов (2в1/3в1);
 - кофе в банках.
- Для чая:
 - листового чая, в том числе ароматизированного (на основе *Camelia Sinensis*);
 - пакетированного чая, в том числе ароматизированного (на основе *Camelia Sinensis*);
 - чайных купажей, в том числе ароматизированных (на основе *Camelia Sinensis*);
 - прессованного чая;
 - чая в банках.
 - Для шоколада:
 - Плиточного шоколада;
 - Шоколада для заваривания в качестве напитка.
 - Для травяного чая:
 - Иван-чая (Кипрея);
 - Чайных напитков на основе любых трав, фруктов, орехов, лепестков цветов, цедр цитрусовых, пряностей, не содержащих *Camelia Sinensis*;
 - прессованного чая.

3. Дополнительные условия участия определяются Организатором, однако они не могут противоречить настоящему Положению и должны соответствовать принципам Премии, таким как открытость и прозрачность.

4. Общее количество допущенных к конкурсному отбору упаковок на первом этапе не ограничено. Количество упаковок, допускаемых до третьего (финального) этапа – не более 15.

5. Организатор конкурсного отбора и иные уполномоченные им лица, имеют право использовать имеющиеся отношение к конкурсному отбору имена, наименования, изображения, публичные данные, а также результаты соревнования в любом формате, без оплаты, для любых целей, связанных с продвижением кофе, чая, шоколада и травяных чаев, популяризации и развития Премии.

6. Лица, представляющие упаковки на конкурсный отбор, обязаны уважительно относиться к другим участникам конкурсного отбора (лицам/упаковкам),

зрителям, болельщикам, судьям, спонсорам и Организатору конкурсного отбора.

III. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСНОГО ОТБОРА

1. Конкурсный отбор состоит из трех этапов.

А) Даты первого этапа: 1 сентября – 30 ноября 2021 год. На первом этапе Организатору через онлайн форму направляются фотографии выдвигаемых на участие в конкурсном отборе упаковок, с указанием лица, имеющего право на представление данной упаковки, а также автора и/или агентства, разработавших дизайн (при наличии). Требования к фотографиям: фотографии, иллюстрирующие упаковку, должны быть в формате JPEG, JPG, PNG и позволять полноценно изучить представленную упаковку. Расширение изображения: 200-300 dpi. Дополнительные иллюстрационные материалы (видео или фото), могут быть направлены на почту менеджера проекта.

Б) Лица (юридические/физические) могут подать заявку на участие в следующих номинациях:

- Лучшая упаковка по чаю;
- Лучшая упаковка по кофе;
- Лучшая упаковка по шоколаду;
- Лучшая упаковка по травяному чаю.

В случае если количество поданных упаковок по какой-либо номинации будет менее пяти, то данная номинация исключается из конкурсного отбора. В случае, если количество поданных упаковок на первом этапе будет меньше 15, то все номинанты допускаются к третьему (финальному) этапу.

В) Даты второго этапа: 1 декабря – 20 декабря 2021 год. На втором этапе Организатор проводит закрытое онлайн голосование среди судей, целью которого – выбрать не более 15 упаковок в каждой номинации, допущенных на третий (финальный) этап конкурсного отбора. Прошедшими в третий (финальный) этап признаются упаковки, набравшие наибольшее количество баллов по критерию «Внешняя привлекательность». Информация о прохождении на третий (финальный) этап высылается по электронной почте лицам, представляющим соответствующую упаковку на конкурсный отбор.

Г) Даты третьего (финального) этапа: 17 января – 8 апреля 2022 год. На третьем (финальном) этапе, Организатору предоставляются оригиналы участвующих в конкурсном отборе упаковок в количестве 2 шт. Упаковки должны быть присланы Организатору в срок до 15 марта 2022 года по адресу: 123060, Москва, улица Берзарина, дом 36, строение 2, офис 415. Организатор обеспечивает их

демонстрацию и оформление в формате выставки Coffee Tea Cacao Russian Expo с 6 по 8 апреля 2022 года. Оценка упаковок проводится судьями очно.

Д) По результатам оценки судей определяются победители в номинациях (по сумме всех баллов):

- Лучшая упаковка по кофе;
- Лучшая упаковка по чаю;
- Лучшая упаковка по шоколаду;
- Лучшая упаковка по травяному чаю;

IV. СУДЕЙСТВО

1. К судейству допускаются лица, имеющие большой и разнообразный опыт работы, в сфере кофе/чая/шоколада/травяного чая, упаковочных материалов/дизайна/маркетинга и рекламы, пользующиеся авторитетом в профессиональном сообществе.

2. Количественный и персональный состав судейской коллегии конкурсного отбора определяется Организатором. При этом состав судейской коллегии не может быть менее 3-х человек.

3. За организацию судейства и подведение итогов конкурса, а также за методическое сопровождение работы судейской коллегии отвечает Главный судья конкурсного отбора, назначаемый Организатором из числа членов судейской коллегии.

4. Список судей анонсируется на ресурсах Организатора конкурса заблаговременно.

5. Судьи обязаны осуществлять оценку беспристрастно, внося все соответствующие оценки и пометки/комментарии в судейские листы.

6. К судейству не допускаются лица, аффилированные с лицами, представляющими упаковки на конкурс.

7. Судьи не могут комментировать оценки, данные в ходе конкурсного отбора, вплоть до момента официального объявления результатов.

8. В ходе конкурсного отбора любой судья может исправить любую поставленную оценку до сдачи судейских листов Главному судье.

9. Для определения результата подсчитывается сумма всех оценок, выставленных

всеми судьями с учетом разного веса разных критериев оценки (если система разного веса критериев используется).

10. В результате конкурсного отбора обладателями премии объявляются упаковки с наивысшей суммой всех оценок.

V. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Второй этап конкурсного отбора:

Судьи оценивают упаковки по критерию «Внешняя привлекательность» от 1 до 10 баллов, где 1 – наименьший балл, а 10 – наибольший балл. 15 упаковок в каждой из категорий (кофе, чая, шоколада и травяного чая), получившие максимальное количество баллов по данному критерию, проходят в третий (финальный) этап конкурса, после чего в ходе третьего этапа полученные на втором этапе оценки никак не учитываются.

Третий (финальный) этап: Судьи оценивают упаковки по критериям, указанным в Таблице 1 (Приложение №1). Баллы начисляются по шкале от 1 до 10 баллов, где 1 – наименьший балл, а 10 – наибольший балл.

VI. СОБЛЮДЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И СПОРЫ

1. Настоящее Положение обязательно для соблюдения всеми лицами, представляющими упаковки на конкурсный отбор, а также его Организатором.

2. Нарушение лицом, представляющим упаковку на конкурсный отбор, любого пункта настоящего Положения может привести к дисквалификации соответствующей упаковки, за исключением случаев, когда такое нарушение явилось следствием вынужденных обстоятельств.

3. Решение о дисквалификации принимается Организатором конкурсного отбора и должно быть доведено до лица, представляющего соответствующую упаковку, письменно, как только появляется такая возможность.

4. Нарушения Положения со стороны судей также рассматриваются Организатором. В случае серьезного нарушения, судья может быть отстранен от дальнейшей работы. Решение о дисквалификации судьи с описанием нарушения и аргументацией такого решения должно быть доведено до судьи, как только появляется такая возможность. В случае, если судья дисквалифицируется в ходе соревнования, то решение о целесообразности использования уже выставленных таким судьей оценок, принимается Организатором

5. Любые иные решения в отношении организации конкурсного отбора, судейства и результатов конкурсного отбора также могут быть оспорены любым лицом. Оспаривающий решения может обратиться устно к Организатору конкурсного отбора. Если спорная ситуация не может быть решена на месте, лицо может подать заявление Организатору конкурсного отбора в письменном виде, не позднее, чем через 24 часа после ее 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. Настоящее Положение может быть изменено Организатором в любое время, однако такие изменения не могут вступить в силу ранее, чем по истечении 30 рабочих дней после их публикации на любом информационном ресурсе Организатора.

2. Лицо, представляющее победившую в конкурсном отборе упаковку, имеет право использовать разработанный и предоставленный Организатором знак «Лучшая упаковка года» на соответствующей упаковке.

3. Любые вопросы, неурегулированные в данном Положении, решаются Организатором.

Приложение №1

Таблица 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 10 баллов –	а) Насколько эффективна/безопасна упаковка при транспортировке б) Насколько эффективна/безопасна

	<p>наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>упаковка при хранении в) Насколько удобна упаковка в использовании г) Насколько удобна упаковка для выставления на полке в рознице</p>
6. Маркетинговый потенциал	<p>Коэффициент – 2 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>Насколько высок потенциал упаковки с точки зрения ее продвижения на рынке</p>
7. Эмоциональность	<p>Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>Какие эмоции вызывает упаковка (положительные или отрицательные, нейтральные)</p>
8. Соответствие ценовому позиционированию	<p>Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>Насколько дизайн и технологические особенности упаковки соответствуют заявленной розничной цене продукта</p>
9. Инновационность	<p>Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>Применяются ли новые приемы, технологии в упаковке</p>
10. Технологичность	<p>Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>а) Насколько качественно сделана упаковка? б) Насколько сложна упаковка в производстве?</p>
11. Экологичность	<p>Коэффициент – 1 Шаг – 1 балл 10 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл</p>	<p>Использование экологичных материалов и красок в упаковке, вторичное использование.</p>