

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «РЕЛКС»

125009 г. Москва, ул. Большая Никитская, 24/1, строение 5, подъезд 1
Телефон: +7 (495) 937 6861, факс: +7 (495) 937 6862



Положение о II международной премии в области собственных торговых марок PRIVATE LABEL AWARDS

в рамках выставки «Собственная Торговая Марка» (IPLS) 2017

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Премия Private Label Awards (by IPLS), далее – Премия, присуждается розничным сетям и производителям товаров за успешный вклад в развитие и создание положительной репутации собственных торговых марок и услуг контрактного производства на территории России и СНГ.

1.2. Премия учреждена компанией Reed Exhibitions (ООО «РЕЛКС») и проводится в рамках выставки «Собственная Торговая Марка» (IPLS).

1.3. Премия ставит своей целью:

- выявление и поощрение розничных сетей и производителей, наиболее эффективно развивающих направление собственных торговых марок и контрактного производства на территории России и СНГ;
- формирование позитивного имиджа направления собственных торговых марок и их репутации среди потребителей.

1.4. Основными документами премии являются:

- Настоящее положение о премии
- Анкета соискателя для ритейлеров
- Анкета соискателя для производителей

2. РАБОЧИЕ ОРГАНЫ ПРЕМИИ

Основными рабочими органами являются Оргкомитет премии и Экспертный совет (жюри).

2.1. В состав **Оргкомитета премии** входят представители компании Reed Exhibitions (ООО «РЕЛКС»).

Основные задачи Оргкомитета премии:

- разработка и утверждение документов премии: положения, заявок, анкет, опросных листов и др. методических документов
- формирование состава Экспертного совета (жюри) премии и организация его работы
- формирование графика приема и рассмотрения конкурсных заявок
- первичная обработка конкурсных материалов, подготовка механизма голосования для жюри премии
- организация мероприятий по сбору информации от членов жюри премии
- обработка итогов премии
- организация церемонии награждения победителей
- освещение подготовки и проведения мероприятия в СМИ

2.2. В состав **Экспертного совета (жюри)** премии входят назначенные представители государственных органов РФ, информационных агентств, отраслевых ассоциаций и союзов, профессионального экспертного сообщества и СМИ в профильных отраслях торговли и промышленности.

Эксперты (жюри) принимают участие в голосовании по тем номинациям, в оценке которых они обладают компетенциями. Эксперты, которые компетентны в оценке участников по всем номинациям, формируют Основной экспертный совет премии. Эксперты, обладающие компетенциями для оценки соискателей по критериям, присущим только одной номинации, голосуют только в этой номинации.

В голосовании за производителей принимают участие представители направлений СТМ розничных сетей.

Состав Экспертного совета (жюри премии) утверждается Оргкомитетом и публикуется на сайте: www.ipls-russia.ru/plawards не позднее, чем за 2 недели до церемонии награждения победителей.

Основные задачи Экспертного совета (жюри премии):

- изучение анкет, а также дополнительной информации и материалов соискателей
- добросовестная и беспристрастная оценка заявок соискателей в соответствии с распределением по номинациям, предусмотренным настоящим Положением
- получение дополнительной информации от соискателей при необходимости
- голосование согласно утвержденным критериям
- определение финалистов премии
- вручение премии на церемонии награждения финалистов

3. НОМИНАЦИИ ДЛЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ, КРИТЕРИИ И ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

3.1. Вручение премии розничным сетям проводится по основным и дополнительным номинациям.

Основные номинации:

- I. Ответственный подход к СТМ
- II. Прорыв года в СТМ
- III. Эффективное продвижение СТМ
- IV. Лучший дизайн упаковки СТМ
- V. Широкий ассортимент СТМ
- VI. Инновация в СТМ
- VII. Лучшая СТМ продовольственных товаров
- VIII. Лучшая СТМ непродовольственных товаров
- IX. Лучшая СТМ в формате «Косметика и парфюмерия»
- X. Лучшая СТМ в формате «Дрогери»
- XI. Лучшая СТМ в формате «Одежда, обувь»
- XII. Лучшая СТМ в формате «Товары для дома и ремонта»
- XIII. Лучшая СТМ в формате «Аптека»
- XIV. Лучшая СТМ в формате «Онлайн»
- XV. Лучшая СТМ детских товаров
- XVI. Лучшая СТМ в эконом-сегменте
- XVII. Лучшая СТМ в среднем сегменте
- XVIII. Лучшая СТМ в премиум-сегменте

Дополнительные номинации:

- XIX. Специальная премия: Лучший руководитель СТМ
- XX. Специальная премия: Лучшая команда СТМ
- XXI. Специальная премия: Развитие СТМ в региональной сети

Дополнительные номинации могут быть учреждены на основании решения Оргкомитета

3.2. Соискателями премии для розничных сетей могут стать: розничные сети России и СНГ, имеющие в ассортименте товары под собственной торговой маркой (СТМ), произведённые на контрактных условиях по заказу сети российскими или зарубежными производителями.

- В номинациях **I-VI** и **XV-XVIII** могут принять участие любые универсальные и специализированные сети.
- В номинациях **VII -VIII** могут принять участие только универсальные сети, которые реализуют универсальный ассортимент (все группы) продовольственных или непродовольственных товаров.
- В номинациях **IX-XIV** могут принять участие только специализированные розничные сети в соответствующем номинации формате.

Компания может номинировать в качестве соискателя одну или более розничную сеть, имеющую собственную стратегию СТМ.

Для номинирования розничной сети необходимо заполнить [онлайн анкету](http://www.ipls-russia.ru/plawards/retail/) (анкета размещена на сайте выставки «Собственная Торговая Марка» (IPLS): www.ipls-russia.ru/plawards/retail/) до **1 марта 2017**.

ПРАВИЛА ЗАПОЛНЕНИЯ АНКЕТЫ:

- В анкете на участие в соискании премии необходимо указать и предоставить информацию: о компании, номинациях, системе контроля качества, организации работы с СТМ, собственных торговых марках.
- Каждая розничная сеть может принять участие в соискании на получение премии в 7 основных номинациях, участие в дополнительных номинациях - без ограничений.
- Каждая розничная сеть может номинировать до 7 собственных торговых марок в 7 основных номинациях, но не более 1 собственной торговой марки в 1 номинации.
- Обязательно наличие качественного изображения каждой номинированной линейки / товаров СТМ.
- Приветствуется дополнительная информация о деятельности организации (фотографии, презентации, отчеты, видео).
- Для номинаций **III - IV** необходимо дополнительно прислать эскиз упаковки, фотографию выкладки СТМ на полке, рекламные материалы в электронном виде.
- Для номинаций **VII – VIII, XV** необходимо дополнительно прислать протоколы испытаний, сертификат/декларация соответствия, добровольная сертификация при наличии, эскиз упаковки, образцы товаров, выбранных жюри для экспертизы после ознакомления с анкетой (не более 5 позиций).
- Предоставленные сведения должны быть достоверными и полными.

Победителем становится сеть, набравшая **наибольшее количество баллов**. Лауреатами становятся компании, **следующие за победителем по количеству набранных баллов**.

3.3. Соискатели среди розничных сетей оцениваются по установленным критериям.

Критерии в номинации I «Ответственный подход к СТМ»:

- a) Качество товаров СТМ
- b) Качество упаковки СТМ
- c) Безопасность, экологичность
- d) Обоснованная ценность СТМ для потребителя, социальная функция
- e) Организация системы менеджмента качества: собственные исследования качества, совместная работа с поставщиками над повышением качества товаров, работа с рекламациями, обратная связь от покупателей, и т.п.
- f) Показатели, которые отражают доверие покупателя к СТМ сети: рост доли товаров СТМ в чеке и др.

Критерии в номинации II «Прорыв года в СТМ»:

- a) Качество товаров СТМ
- b) Рост доли продаж СТМ в сети (в продажах и в выручке)
- c) Рост доли продаж СТМ в товарной категории (в продажах и в выручке)

- d) Рост доли СТМ в чеке покупателя
- e) Глубина проникновения СТМ (доля СТМ в категории)

Критерии в номинации III «Эффективное продвижение СТМ»:

- a) Качество товаров СТМ
- b) Рост доли продаж СТМ в сети (в продажах и в выручке)
- c) Рост доли СТМ в чеке покупателя
- d) Мерчендайзинг, мероприятия по продвижению СТМ
- e) Упаковка СТМ

Критерии в номинации IV «Лучший дизайн упаковки СТМ»:

- a) Упаковка СТМ: качество, функциональность, удобство, идея, отражение ценностей бренда, понятных потребителю, отсутствие похожих упаковок у других брендов, привлекательный и запоминающийся образ.
- b) Рост доли продаж СТМ в сети (в продажах и в выручке)
- c) Рост доли продаж СТМ в товарной категории (в продажах и в выручке)
- d) Рост доли СТМ в чеке покупателя

Критерии в номинации V «Широкий ассортимент СТМ»:

- a) Количество категорий, в которых есть СТМ
- b) Доля продаж СТМ в сети (в продажах и в выручке)
- c) Доля СТМ в чеке покупателя

Критерии в номинации VI «Инновация в СТМ»:

- a) Новаторский характер СТМ, отсутствие похожих товаров у других сетей, отсутствие похожих упаковок у других брендов
- b) Доля продаж СТМ в сети (в продажах и в выручке)
- c) Рост доли продаж СТМ в товарной категории (в продажах и в выручке)
- d) Рост доли СТМ в чеке покупателя

Критерии в номинациях VII «Лучшая СТМ продовольственных товаров», VIII «Лучшая СТМ непродовольственных товаров» и XV «Лучшая СТМ детских товаров»:

- a) Качество товаров СТМ
- b) Упаковка СТМ: качество, функциональность, удобство, идея, отражение ценностей бренда, понятных потребителю, отсутствие похожих упаковок у других брендов, привлекательный и запоминающийся образ.
- c) Рост доли продаж СТМ (в продажах и в выручке)
- d) Рост доли СТМ в чеке покупателя

Критерии в номинациях IX- XIV: Лучшая СТМ в формате «Косметика и парфюмерия», «Дрогери», «Одежда, обувь», «Товары для дома и ремонта», «Аптека», «Онлайн»:

- a) Качество товаров СТМ, соответствие потребностям покупателей
- b) Целостный стратегический подход сети к развитию СТМ
- c) Общая доля продаж СТМ в сети
- d) Динамика роста продаж СТМ в сети
- e) Количество брендов / линеек СТМ в сети
- f) Количество категорий, в которых есть СТМ
- g) Глубина проникновения СТМ (доля СТМ в категории)
- h) Наличие сильных брендов СТМ в ассортименте
- i) Система управления качеством СТМ в сети: работа с рекламациями, обратная связь от покупателей, наличие собственных лабораторий, совместная работа с поставщиками над повышением качества товаров.

Критерии в номинации XVI- XVIII: «Лучшая СТМ в эконом-, премиум- и среднем ценовом сегменте»:

- a) Качество товаров СТМ, соответствие потребностям покупателей
- b) Целостный стратегический подход сети к развитию СТМ в сегменте
- c) Рост доли СТМ в сегменте
- d) Количество категорий, в которых есть СТМ в сегменте
- e) Глубина проникновения СТМ (доля СТМ в категории) в сегменте
- f) Наличие сильных брендов СТМ в ассортименте
- g) Мерчендайзинг, мероприятия по продвижению СТМ

Дополнительные критерии могут быть установлены по решению экспертного совета (жюри).

3.5. Подведение итогов премии для розничных сетей:

В основной номинации определяются:

- **1 победитель** - компания, набравшая наибольшее количество баллов в одной из основных номинаций, которая награждается 1-й премией Private Label Awards 2017 и дипломом участника.
- **до 2-х лауреатов** - компании, следующие за победителем по количеству набранных баллов, которые награждаются 2-й премией Private Label Awards 2017 и дипломами участников.

В дополнительных номинациях определяется по 1-му победителю дополнительной премии (компании, набравшие наибольшее количество баллов), каждый из которых награждается 2-й премией Private Label Awards 2017 и дипломом участника.

4. НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, КРИТЕРИИ И ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

4.1. Соискателями премии для производителей могут стать: российские и зарубежные производители продовольственных и непродовольственных товаров СТМ, имеющие необходимые сертификаты для реализации товаров на территории РФ и свободные производственные мощности под СТМ, подавшие заявку на участие в выставке «Собственная Торговая Марка».

4.2. Вручение премии производителям проводится по трем основным номинациям:

- I. Производитель СТМ года: продовольственные товары.
- II. Производитель СТМ года: непродовольственные товары
- III. Специальная премия жюри

Дополнительные номинации учреждаются на основании решения оргкомитета.

4.3. Соискатели среди производителей оцениваются по установленным критериям:

- a) Возможности производства качественных и доступных, интересных и функциональных товаров СТМ, их упаковки
- b) Использование инноваций и современных технологий в производстве, сертификаты и система менеджмента качества
- c) Оперативность работы, стабильность, удобство доставки и других условий сотрудничества, ориентация как на розничного клиента, так и на покупателя.

4.4. Подведение итогов премии для производителей:

В I и II номинации определяются по 1 победителю и 2 лауреата. В III номинации определяются 1 победитель среди производителей.

Соискатель, набравший наибольшее количество баллов в номинации, становится **Победителем премии** и награждается 1-й премией Private Label Awards 2017, дипломом участника.

2 соискателя, набравшие количество баллов, следующее за победителем, становятся **Лауреатами премии** и награждаются 2-й премией Private Label Awards 2017, дипломами участников.

Дополнительные премии вручаются на основании решения организационного комитета выставки и экспертного совета премии.

5. ПОРЯДОК ПРИЕМА И РАССМОТРЕНИЯ ЗАЯВОК НА СОИСКАНИЕ ПРЕМИИ

5.1. Анкеты соискателей заполняются в **электронной форме**, размещенной на сайте выставки «Собственная Торговая Марка»: www.ipls-russia/plawards.

5.2. Оргкомитет премии получает анкеты соискателей, оценивает достоверность и полноту предоставленной информации, передает данные Экспертному совету (жюри)

премии для закрытого голосования. Данные, полученные соискателями, не подлежат передаче третьим лицам.

5.3. Экспертный совет (жюри) изучает данные анкет соискателей, проставляет оценки в соответствующих номинациях согласно установленным критериям путем закрытого голосования, проводят отбор финалистов премии.

5.4. Коллегиальное решение Экспертного совета (жюри) фиксируется в протоколе с внесением информации (количество голосов) по каждому номинанту. Оценки каждого отдельного члена жюри не подлежат разглашению.

6. ОБЪЯВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ И ВРУЧЕНИЕ ПРЕМИЙ

6.1. Результаты голосования объявляются на церемонии награждения победителей, путем оглашения по номинациям списка финалистов из запечатанных конвертов вручающими членам Экспертного совета (жюри), вначале лауреаты, далее – победитель премии в номинации. Порядок объявления финалистов номинаций регулируется Оргкомитетом премии.

6.2. Все финалисты премии (победители и лауреаты) приглашаются на торжественную церемонию награждения, получают почетные призы и дипломы от Экспертного совета (жюри) премии:

- Победителям премии вручается статуэтка конкурса (1-я Премия), диплом участника, наделяющий правом использования Знака качества премии.
- Лауреатам премии вручается статуэтка конкурса (2-я Премия), диплом участника, наделяющий правом использования Знака качества премии.

7. СРОКИ

7.1. Данное положение действует для премии Private Label Awards 2017.

7.2. Оценка проводится по результатам деятельности компаний-соискателей премии в 2015-2016 году.

7.3. Информация о начале приема анкет от соискателей публикуется на сайте выставки не позднее 4-х месяцев до церемонии вручения премии.

7.4. Список соискателей премии формируется не позднее 1 месяца до церемонии награждения победителей:

Список соискателей среди розничных сетей формируется до **20 февраля 2017**, анкеты и материалы должны быть направлены в Оргкомитет до **1 марта 2017**.

Список соискателей среди производителей формируется до **01 марта 2017**, анкеты и материалы должны быть направлены в Оргкомитет до **06 марта 2017**.

7.5. Рассмотрение анкет соискателей Экспертным советом (жюри) и голосование происходит с **6 по 17 марта 2017** (2 недели).

7.6. Подсчет голосов и подведение итогов премии происходит с **20 марта по 4 апреля 2017** (2,5 недели).

7.7. Объявление итогов премии состоится на церемонии награждения победителей **05 апреля 2017**.

Reed Exhibitions
+7 (495) 937-6861
ipls@reedelsevier.com