



ПОЛОЖЕНИЕ
о Премии
«Упаковка года» 2024

25 октября 2024 года

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Национальная премия «Упаковка года» (далее Премия) учреждена журналом «Кофе и Чай в России» в целях:

- поддержки новых трендов в упаковочной индустрии и информирования 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 осуществляется в форме конкурсного отбора представленных на конкурс упаковок.

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

4. Если заявитель хочет подать на конкурс несколько упаковок в 1 дизайн-концепции, то он должен выбрать до 2 упаковок и прикрепить их к 1 заявке.

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

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

7. 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 5 категориям:

- Лучшая упаковка для чая;
- Лучшая упаковка для травяного чая
- Лучшая упаковка для кофе в сегменте FMCG;
- Лучшая упаковка для кофе в сегменте HoReCa;
- Лучшая упаковка для шоколада.

2. Для участия в конкурсном отборе допускаются упаковки:

- 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 травяного чая:
 - иван-чая (кипрея);
 - чайных напитков на основе любых трав, фруктов, орехов, лепестков цветов, цедры citrusовых, пряностей, не содержащих *Camelia Sinensis*;
 - прессованного чая;
 - чая в банках.
- Для кофе в сегментах FMCG и HoReCa:
 - жареного молотого кофе;
 - кофе в дрип-пакетах;
 - зернового кофе;
 - растворимого кофе;
 - кофейных миксов (2в1/3в1);
 - кофе в банках;
 - кофе в капсулах.
- Для шоколада:
 - плиточного шоколада;
 - кускового шоколада;
 - шоколада для заваривания в качестве напитка (крупка, горячий шоколад);
 - какао.

3. Упаковки, поданные для участия, должны соответствовать перечню допустимых продуктов соответствующей категории.

4. При выборе между категориями «Лучшая упаковка для кофе в сегменте FMCG» и «Лучшая упаковка для кофе в сегменте HoReCa» участник ориентируется на ключевой канал сбыта подаваемого продукта. Упаковки будут оцениваться судейской коллегией с учетом соответствия каналу продаж.

5. Категория «Лучшая упаковка для кофе в сегменте FMCG» рассчитана на продукцию, основным каналом сбыта которой являются супермаркеты, сетевые и локальные магазины, маркетплейсы, продающие товары повседневного спроса.

6. Категория «Лучшая упаковка для кофе в сегменте HoReCa» рассчитана на продукцию, основным каналом сбыта которой являются кофейни, кафе, рестораны и другие точки общественного питания.

7. Одну и ту же упаковку для кофе можно подать и в категорию «Лучшая упаковка для кофе в сегменте FMCG» и в категорию «Лучшая упаковка для кофе в сегменте HoReCa».

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

9. Общее количество допущенных к конкурсному отбору упаковок на первом этапе не ограничено. Количество упаковок, допускаемых до финального этапа – не более 15 в

каждой категории.

10. На момент награждения упаковки-финалисты должны находиться в доступе на рынке (возможность купить данный продукт). В противном случае заявка аннулируется.

11. 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.

12. 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 следующих этапов.

1 этап – Подача заявок - 15 октября 2024 года – 29 декабря 2024 года.

Желающие подают заявки на участие в Премии через онлайн-форму. К заявке прикрепляются фотографии и, при желании, видео. Требования к фотографиям: фотографии, иллюстрирующие упаковку, должны быть в формате JPEG, JPG, PNG и позволять полноценно изучить представленную упаковку.

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 финальному этапу.

2 этап – Обработка заявок организатором – 16 января – 31 января 2025 года

Организатор обрабатывает заявки, публикует информацию об участниках и собирает информацию обо всех номинантах

3 этап – Закрытое онлайн-голосование – 1 февраля – 7 февраля 2025 года

Организатор проводит среди судей закрытое онлайн-голосование, цель которого – выбрать не более 15 упаковок в каждой номинации, допущенных на финальный этап конкурсного отбора. Прошедшими в третий (финальный) этап признаются упаковки, набравшие наибольшее количество баллов по критерию «Внешняя привлекательность».

Информация о прохождении на финальный этап высылается по электронной почте лицам, представляющим соответствующую упаковку на конкурсный отбор, а также публикуется на официальных ресурсах Премии и выставки до 12 февраля.

4 этап – Отправка участниками, прошедшими в финал, упаковок для очного голосования - 12 февраля – 22 февраля 2025 года

Участники присылают Организатору оригиналы участвующих в конкурсе упаковок с наполнением в количестве 2 шт. Упаковки должны быть присланы Организатору по адресу: 123060, Москва, улица Берзарина, дом 36, строение 2, офис 415. Организатор обеспечивает их демонстрацию и оформление в формате выставки Coffee Tea Casaо

Russian Expo с 16 по 18 апреля 2025 года.

5 этап (Финал) – Офлайн-голосование судей - 1 марта 2025 года – 15 марта 2025 года

Судьи участвуют в очном голосовании, оценивая присланные упаковки по критериям из Приложения 1.

6 этап – Подсчет результатов – 16 марта 2025 года

Организатор подводит и публикует результаты голосования.

7 этап – Награждение – 17 апреля 2025 года

Награждение победителей пройдет на выставке Coffee Tea Cacao Russian Expo.

Г) По результатам оценок судей определяются победители в номинациях (по сумме всех баллов):

- Лучшая упаковка для чая;
- Лучшая упаковка для кофе в сегменте FMCG;
- Лучшая упаковка для кофе в сегменте HoReCa;
- Лучшая упаковка для шоколада;
- Лучшая упаковка для травяного чая.

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

На этапе онлайн-голосования судьи оценивают упаковки по критерию «Внешняя привлекательность» от 1 до 5 баллов, где 1 – наименьший балл, а 5 – 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 офлайн-голосования полученные на втором этапе оценки никак не учитываются.

На этапе офлайн-голосования: Судьи оценивают упаковки по критериям, указанным в Таблице 1 (Приложение №1). Баллы начисляются по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 – наименьший балл, а 5 – наибольший балл.

VI. СОБЛЮДЕНИЕ УСЛОВИЙ 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 условий 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.
4. Вопросы по организации Премии можно задать по адресу awards@coffeeteacasaexpo.ru.

Таблица 1. Критерии оценок упаковок. Финал

Критерии оценивания	Описание критерия	Шкала оценивания
1. Коммерческая эффективность (визуальный критерий)	<ul style="list-style-type: none"> - Продукт заметен среди товаров конкурентов за счет индивидуальности, графики, оригинальности и новизны дизайнерских решений; - Заметность логотипа; - Соответствие дизайна категории продукта. 	Коэффициент – 2 5 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл
2. Коммерческая эффективность (контекстный критерий)	<ul style="list-style-type: none"> - Заметное название категории продукта; - Основная информация о характеристиках продукта указана в полном размере на лицевой/оборотной стороне упаковки; - Инструкция по применению или приготовлению продукта указана в полном размере на лицевой/оборотной стороне упаковки; - Читательность текстов на лицевой/оборотной стороне упаковки; - Данные об обратной связи от производителя; - Выделенная зона с преимуществами; - Раскрыто УТП бренда или продукта. 	Коэффициент – 2 5 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл
3. Маркетинговый потенциал	<ul style="list-style-type: none"> - Привлекательность для покупателя; - Соответствие образа продукта и уровня выгоды для потребителя; - Насколько высок потенциал упаковки с точки зрения ее продвижения на рынке. 	Коэффициент – 2 5 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл
4. Соответствие ценовому позиционированию	<ul style="list-style-type: none"> - Насколько цена продукта соответствует ценовому сегменту (экономичный, средний, премиальный). <p><i>Для оценки этого критерия производитель должен указать к какому ценовому сегменту он относит свой продукт.</i></p>	Коэффициент – 1 5 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл
5. Технологичность (качество производства)	<ul style="list-style-type: none"> - Конструкция (оригинальность конструкторского решения, эргономика, соответствие размерам, весу, конфигурации товара, сбалансированность); - Защитная функция (обеспечение целостности и сохранности потребительских свойств продукта, совместимость с содержимым); - Сервисная функция (удобство использования и хранения, простота манипуляций, наполнения, открытия и закрытия упаковки); - Качество товара передается через упаковку и говорит о технологической развитости всей компании. 	Коэффициент – 2 5 баллов – наибольший балл 1 балл – наименьший балл