

Regulamin Badania konsumenckiego:

„ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019”



I. ORGANIZATOR I CEL BADANIA

1. Organizatorem badania „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019”, zwanego dalej Badaniem, jest Wydawnictwo Gospodarcze Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, adres ul. Wołoska 7, zwane dalej Organizatorem.
2. Głównym celem Badania jest zidentyfikowanie, które marki produktów spożywczych, kosmetycznych i chemii gospodarczej obecnych w sprzedaży masowej na polskim rynku, zasługują zdaniem konsumentów na miano ulubionych.
3. Badanie realizuje instytut GfK Polonia.

II. PRZEBIEG I CZAS TRWANIA BADANIA

1. Badanie „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” odbywa się od stycznia 2019 do kwietnia 2019.
2. Badanie „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” składa się z trzech etapów: etap I – Wytypowanie przez Organizatora kategorii badania i występujących w nich marek oraz przekazanie materiałów do badania instytutowi GfK Polonia; etap II – Przeprowadzenie Badania przez instytut GfK Polonia; etap III – Ogłoszenie wyników Badania.

III. ZASADY BADANIA

1. Marki do Badania zgłasza Organizator.
2. Organizator dopuszcza możliwość zgłoszenia marki przez jej producenta/dystrybutora/importera na zasadach określonych w niniejszym Regulaminie.
3. Badanie realizuje instytut GfK Polonia wg właściwej metodologii.
4. Badanie przeprowadzone zostanie metodą CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) z wykorzystaniem **GfK Access Panelu**.

5. Badanie będzie realizowane **na łącznej próbie N=1000 respondentów**. Próba respondentów w Badaniu będzie próbą losowo-kwotową, uwzględniającą rzeczywistą **populację Polaków w wieku 18-65 lat**.
6. Wyboru ulubionych marek Polaków dokonają wyłącznie konsumenci, którzy podejmują decyzje lub istotnie współdecydują o zakupach do swojego gospodarstwa domowego, zwracając uwagę na marki produktów FMCG oraz używają produktów z kategorii objętych Badaniem.
7. W trakcie Badania każdorazowo na ekranie będą ukazywać się respondentom logotypy marek przypisanych do danej kategorii. Aby uniknąć efektu pierwszeństwa, w trakcie Badania marki w ramach kategorii będą rotowane.
8. W każdej kategorii produktów respondenci wskazują ulubioną markę oraz markę wybieraną alternatywnie.
9. Respondenci mogą wskazać markę inną niż zakwalifikowana do Badania poprzez podanie jej nazwy w specjalnie przeznaczonym do tego polu.
10. Respondent może w każdej kategorii wybrać odpowiedź: „Nie mam ulubionej marki”.
11. Przyznane oceny posłużą do dokonania analiz, na podstawie których powstanie ranking marek w ramach każdej kategorii produktów.
12. Po zamknięciu ankiety instytut GfK Polonia dokonuje analizy zebranych danych oraz sporządza i przekazuje Organizatorowi raport przedstawiający ostateczny rezultat Badania.

IV. WARUNKI UCZESTNICTWA W BADANIU

1. W Badaniu mogą uczestniczyć przedsiębiorstwa (zwane dalej Uczestnikami), które spełniają łącznie następujące wymogi:
 - działają na terenie Polski;
 - są dystrybutorami, importerami lub producentami artykułów FMCG;
 - są właścicielami marek ogólnopolskich, które funkcjonują na rynku polskim min. 1 rok;
 - prześlą logo marki (w formacie eps lub png min. 500 kb) w terminie do 8 lutego 2019 r. na adres e-mail: zgloszenia@ulubionamarka.pl
 - Organizator zastrzega sobie prawo do pełnej decyzji o wyborze marek i kategorii FMCG biorących udział w Badaniu.
2. Z udziału w Badaniu wyłączone zostają:
 - marki regionalne;
 - produkty będące marką własną sieci handlowej lub dystrybutora;
 - marki dedykowane sektorowi HoReCa.
3. Udział w Badaniu jest **nieodpłatny**.
4. Organizator jest uprawniony do nieodpłatnego korzystania z logotypów marek producenckich uwzględnionych w Badaniu w celach związanych z organizacją i przeprowadzeniem Badania, w szczególności do prezentowania ich na stronach internetowych należących do Organizatora, a także we wszelkich materiałach informacyjnych i promujących Badanie.
5. Uczestnik ma prawo uzyskać wyniki Badania tylko w kategoriach, w których zbadane były jego marki, pod warunkiem uiszczenia opłaty za każdą kategorię, której wyniki chce uzyskać.

6. Podmioty, które nie są Uczestnikami Badania nie mogą ubiegać się o uzyskanie jego wyników.
7. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za dostarczenie zgłoszenia niekompletnego lub po terminie wskazanym w korespondencji skierowanej do firm wytypowanych do Badania.
8. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za zgłoszenia, które nie zostały zakwalifikowane do Badania z przyczyn od niego niezależnych.
9. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie nieprawdziwych danych lub danych osoby trzeciej przez Uczestników Badania. Podanie nieprawdziwych danych skutkuje dyskwalifikacją i odebraniem prawa do nagrody.
10. Lista proponowanych kategorii stanowi załącznik nr 1 do Regulaminu.
11. Organizator zastrzega sobie prawo do niezbadania kategorii, w której zostanie zgłoszona niewystarczająca liczba marek.
12. W każdej kategorii zakwalifikowanej do Badania ostatecznie musi wystąpić nie mniej niż 5 (słownie: pięć) marek.
13. Organizator zastrzega sobie prawo do ustalenia liczby zgłoszeń w danej kategorii, liczby kategorii lub nazwy kategorii oraz do ostatecznego przypisania marek do danej kategorii.
14. Uczestnik ma prawo zgłoszenia do Badania nieograniczonej liczby marek z zastrzeżeniem wymienionym w pkt. 15 i 17.
15. Organizator nie dopuszcza możliwości wystąpienia dwóch tych samych marek w ramach jednej kategorii.
16. Organizator zastrzega sobie prawo do włączenia do Badania marek bez wiedzy i zgody producenta/dystrybutora/importera będącego ich właścicielem.
17. Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia decyzji o przyjęciu lub odrzuceniu zgłoszenia bez podania przyczyny.
18. W przypadku uzyskania przez dwie marki w danej kategorii jednakowej liczby głosów, zostaną one sklasyfikowane ex aequo.
19. W przypadku naruszenia zasad wymienionych w Regulaminie, Organizator ma prawo wykluczyć Uczestnika z Badania.
20. Udział w Badaniu jest jednoznaczny z akceptacją niniejszego Regulaminu.

V. PRAWO DO WYKORZYSTYWANIA ZNAKU SŁOWNO-GRAFICZNEGO

1. Organizator przekáže laureatom Badania prawo do korzystania odpowiednio ze znaku słowno-graficznego i tytułu „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019– NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019– NUMER 1” albo „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” - WYRÓŻNIENIE" wyłącznie na zasadzie odpłatnej licencji.
2. Organizator nie wyraża zgody na używanie znaków słowno-graficznych i tytułów: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019– NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019– NUMER 1”, „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” – WYRÓŻNIENIE bez wykupienia stosownej licencji (zwłaszcza do emitowania komunikatów prasowych zawierających informację o zdobytej nagrodzie).
3. Znaki słowno-graficzne i tytuły „ULUBIONA MARKA POLEK 2019– NUMER 1” oraz „ULUBIONA MARKA POLEK 2019– WYRÓŻNIENIE” dotyczą kategorii produktów kosmetycznych dedykowanych kobietom.

4. Licencja dotyczy dwóch pierwszych miejsc, które Uczestnicy uzyskają na podstawie największej liczby wskazań respondentów w każdej z badanych kategorii:
 - a. Zdobywcy 1. miejsca przysługuje prawo do wykupienia licencji/pakietu licencyjnego na posługiwanie się logo i tytułem: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – NUMER 1”
 - b. Zdobywcy 2. miejsca przysługuje prawo do wykupienia licencji/pakietu licencyjnego na posługiwanie się logo i tytułem: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – WYRÓŻNIENIE”
5. Przekazanie prawa nastąpi w formie podpisania dokumentu LICENCJI, które nastąpi po wpłacie opłaty licencyjnej na konto Organizatora.
6. Zasady wykupienia licencji zostaną przedstawione wyłącznie laureatom (zdobywcom 1. i 2. miejsca w każdej z badanych kategorii).
7. Wykupienie licencji uprawnia laureata do bezterminowego wykorzystywania logo i tytułu odpowiednio do zdobytej nagrody.
8. Prawo do wykorzystywania znaku słowno-graficznego i tytułu odpowiednio: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – NUMER 1” oraz „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – WYRÓŻNIENIE” nie może być przenoszone na rzecz osób trzecich.
9. Prawo do wykorzystywania znaku słowno-graficznego i tytułu odpowiednio: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – NUMER 1” oraz „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – WYRÓŻNIENIE” nie może być przenoszone na rzecz marek nie biorących udziału w Badaniu oraz marek, które wzięły udział w Badaniu, ale nie zostały jego laureatami.
10. Szczegółowe informacje na temat praw i ograniczeń wykorzystywania znaku słowno-graficznego i tytułu „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – NUMER 1” oraz „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE/„ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – WYRÓŻNIENIE” zawiera odrębny Regulamin stosowania znaku.
11. Uczestnicy Badania nie otrzymują prawa do wykorzystywania słowno-graficznego logo i nazwy ogólnej Badania: „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” za wyjątkiem sytuacji opisanej w pkt. 12.
12. Organizator dopuszcza wykorzystanie tytułu „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019” jedynie na potrzeby komunikatu prasowego, wyłącznie w następującej formie: „Marka xxx została wyróżniona w Badaniu „Ulubiona Marka Polaków/Polek 2019””.
13. Jakikolwiek słowno-graficzne wykorzystanie logo lub tytułu zdobytego wyróżnienia bez wykupienia licencji skutkuje obowiązkiem uiszczenia na rzecz Organizatora kary pieniężnej w wysokości 60 000 zł (za każdy przypadek naruszenia).

VI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Regulamin Badania znajduje się na stronie internetowej Badania www.ulubionamarka.pl
2. W sprawach interpretacji zapisów i wymagań regulaminowych decyzje podejmuje Organizator.
3. Wszelkie pytania i uwagi dotyczące Badania można kierować na adres e-mail: zgloszenia@ulubionamarka.pl
4. Naruszenie ustaleń Regulaminu Badania przez Uczestnika będzie oznaczać wykluczenie go z Badania.
5. Wszelkie spory dotyczące przebiegu Badania oraz innych kwestii z nim związanych, w tym w szczególności dotyczące wykorzystania znaków i tytułów „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – NUMER 1” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – NUMER 1” oraz „ULUBIONA MARKA POLAKÓW 2019 – WYRÓŻNIENIE” / „ULUBIONA MARKA POLEK 2019 – WYRÓŻNIENIE”, rozstrzygane będą przez Sąd właściwy dla siedziby Organizatora.

Warszawa, 22 stycznia 2019 r.