



Grand Prix

CONCOURS LES GRANDS PRIX DUX MANGER MIEUX 2022 DANS LE CADRE DES JOURNÉES DUX MANGER MIEUX

QU'EST-CE QUE LA JOURNÉE CONFÉRENCE DUX & LES GRANDS PRIX DUX

Depuis 2013, la journée formée par les conférences DUX et le gala Les Grands Prix DUX est un incontournable du secteur alimentaire.

En journée, les conférences DUX présentent aux professionnels de l'industrie un regard nouveau sur une multitude d'enjeux qui touchent leur quotidien. Alimentation responsable, innovation, amélioration de l'offre, présence et transparence ; comment répondre à ces enjeux sociétaux en tant qu'industrie? À l'occasion d'une journée où l'alimentation sera observée sous ces dimensions, professionnels du secteur bioalimentaire, de la nutrition, du développement durable, de l'emballage et bien d'autres secteurs pourront apprendre, partager et célébrer ce qui se fait de meilleur dans ces sphères complémentaires.

Chaque année, les Grands Prix DUX met en lumière le leadership d'entreprises agroalimentaires, d'OBNL, d'institutions et d'entreprises commerciales non alimentaires qui ont innové pour contribuer à améliorer l'alimentation de la population. Lors du Gala des Grands Prix DUX, plusieurs prix sont remis. En d'autres mots, **DUX est le premier concours qui vise à reconnaître, à valoriser et à faire rayonner les produits et initiatives qui inspirent les Canadiens à manger mieux.**

Nouveauté !

Pour célébrer les 10 ans du mouvement, DUX a lancé le tout nouveau Club DUX qui réunit tant les consommateurs que vous, acteurs de l'industrie, autour de l'amélioration de l'offre alimentaire. Ainsi, annuellement, les entreprises et institutions contribuant de façon positive à une ou plusieurs dimensions du mouvement DUX, soient **l'offre produit**, les **communications**, **l'accessibilité de l'offre alimentaire**, **l'écoemballage** et la **réduction du gaspillage alimentaire**, sont invités à rejoindre le Club DUX, qui inclus automatiquement la participation aux Grands prix DUX de l'année en cours.

Consultez le <https://www.mouvementdux.com/grand-prix-dux> pour obtenir toutes les informations sur le Club DUX et l'événement complet.

DATE ET LIEU DE L'ÉVÉNEMENT

La Journée Conférence DUX et le Gala des Grands Prix DUX aura lieu le 26 janvier 2022.

COVID-19 : Pour cette édition, l'événement s'ajustera aux directives de l'Institut national de santé publique du Québec afin de respecter les normes sanitaires en vigueur. Ainsi, tous les détails sur le déroulement incluant le dévoilement des finalistes, les conférences, le réseautage et les galas, vous seront communiqués ultérieurement cet automne.

CANDIDATS ADMISSIBLES

Sont admissibles à ce concours, les entreprises commerciales ayant modifié ou lancé des produits alimentaires, ou mis en place des initiatives ayant contribué à améliorer l'offre et les saines habitudes alimentaires.

Sont aussi admissibles à ce concours, les organisations sans but lucratif, les institutions, les travailleurs autonomes et les entreprises commerciales ayant mis sur pied une initiative, un programme ou un projet de formation, de sensibilisation, de valorisation ou de transfert d'expertise encourageant les saines habitudes alimentaires.

Sont aussi admissibles dans la catégorie « En ébullition » les entreprises qui prévoient lancer un produit ou une initiative entre le 31 janvier 2022 et le 31 décembre 2022.

COMMENT SOUMETTRE UNE CANDIDATURE?

Les inscriptions aux Grands Prix DUX se font en **3 temps** :

1. Inscription au Club DUX : Pré-inscription au concours et paiement

- Vous trouverez le formulaire ici : <https://www.mouvementdux.com/inscription-club>
- Les inscriptions se terminent le **26 NOVEMBRE À MINUIT**
- À la suite de cette pré-inscription, vous recevrez un courriel qui contiendra tous les liens, les documents et les informations nécessaires pour vous aider à compléter votre dossier de candidature.

2. Dépôt du dossier de candidature : Remplir le formulaire officiel et envoyer les annexes obligatoires

2.1 Répondre à toutes les questions du formulaire :

- a) Vous recevrez le lien de ce formulaire dans votre courriel de confirmation à la suite de votre inscription au Club DUX.
- b) Il vous sera possible d'enregistrer vos réponses et de compléter le formulaire à différents moments.

2.2 Envoyer toutes les annexes demandées* :

- a) Vous devrez **déposer les annexes demandées** dans un dossier **Google Drive partagé**. Vous recevrez le **lien de ce dossier**, personnalisé selon votre catégorie, **dans le courriel de confirmation suite à votre pré-inscription**.
- b) Vous aurez accès à ce dossier en tout temps pour y déposer vos annexes et les modifier au besoin.

La date limite pour la réception de votre dossier complet est le **26 NOVEMBRE À MINUIT**.

**Note: toutes vos annexes devront être accompagnées du nom de votre produit ou initiative (dans le document et dans le nom du fichier).*

3. Envoi du produit soumis au concours :

Pour la catégorie PRODUIT, vous devez fournir **100 échantillons pour l'évaluation par le jury d'experts et le jury consommateurs**. Si vous n'êtes pas en mesure de fournir 100 échantillons, veuillez communiquer au info@mouvementdux.com. Vous pourrez participer aux Grands prix DUX quand même.

Pour la catégorie INITIATIVE EN COMMUNICATION (livre ou magazine), pouvez envoyer **2-3 exemplaires**.

La réception des produits doit se faire au **plus tard le 3 DÉCEMBRE avant 16h00**.

Adresse d'envoi des échantillons :

**Club DUX - EDIKOM DISTRIBUTION
880 rue Jean-Neveu
Longueuil, QC J4G 2M1**

La candidature est déposée par l'entreprise ou l'organisation qui désire faire reconnaître son rôle de leader en matière de promotion de la santé par l'alimentation. Le dossier soumis doit être signé par un représentant de la haute direction de l'entreprise ou de l'organisation. Le dossier de candidature ne peut pas être soumis par une tierce-partie.

Validation des inscriptions

EDIKOM fera un premier contrôle des dossiers d'inscription afin de vérifier qu'ils sont admissibles et qu'ils sont dûment remplis et accompagnés des documents essentiels à la compréhension du projet présenté. Par la suite, chaque membre du jury recevra les dossiers en ligne afin de les étudier et de les évaluer. À noter que les membres du jury se réservent le droit de reclasser une candidature sous une autre catégorie ou sous-catégorie.

FRAIS D'INSCRIPTION

Les frais d'inscription d'un dossier au **Club DUX (pour les Grands Prix DUX)** sont désormais à tarification unique, à l'exception d'un rabais de 30% pour les entreprises en démarrage et petits OBNL.

Types d'entreprise	TARIFS
Entreprise en démarrage Petit OBNL <i>(En affaires depuis deux ans ou moins)</i> <i>(Moins de 1 million de chiffres d'affaires)</i>	275 \$ + taxes par candidature
Petite et moyenne entreprise Grande entreprise Grand OBNL <i>(Plus de 1 million de chiffres d'affaires)</i> Institution gouvernementale <i>(Établissements d'enseignement, hôpitaux, etc.)</i>	390 \$ + taxes par candidature

Note : Dans le cas des **livres et magazines**, le type de participant sera basé sur la maison d'édition, et non l'auteur.

JURY D'EXPERTS

Le jury est composé d'un minimum d'une vingtaine de spécialistes qui détiennent des expertises diverses dans les secteurs de la promotion de la santé et de l'alimentation (un jury de minimum 7 personnes par catégorie).

Le président du jury se donne le droit de demander l'avis d'experts afin d'éclaircir ou de préciser des notions techniques indispensables et déterminantes pour la bonne compréhension du projet présenté.

La liste des membres du jury est disponible en ligne <https://www.mouvementdux.com/grand-prix-dux>

Délibérations et évaluation :

Chaque membre du jury sera tenu d'examiner toutes les candidatures reçues en ligne sur la base d'une grille d'évaluation spécifique à ce concours. Une note moyenne sera ensuite octroyée par le jury.

Pour être considéré comme finaliste dans une catégorie donnée, un candidat doit avoir reçu par les membres du jury une note moyenne de 70 points sur 100. À moins d'une égalité entre deux notes, trois finalistes seront désignés selon les trois meilleures notes sur 100 points dans chaque catégorie du concours. Le gagnant sera celui ayant obtenu le plus au score.

VOTE DU PUBLIC

Partie 1 : Jury consommateurs

En plus du jury d'experts, les membres consommateurs du Club DUX constituent le jury consommateurs. Grâce aux envois de produits inclus dans votre inscription, les membres du Club DUX évaluent les candidatures sur la base d'une grille d'évaluation spécifique à ce concours. Une note moyenne sera ensuite octroyée par ce jury.

Partie 2 : Vote du public en ligne

Il y aura également un vote du public en ligne qui se tiendra du **16 décembre 2021 au 14 janvier 2022**. Les consommateurs seront invités à consulter les fiches des candidats en ligne et à voter pour leur coup de cœur.

Le prix du public sera remis dans chaque catégorie (5 prix du public) au candidat ayant reçu le plus haut pointage, qui sera calculé de la manière suivante : 40 % vote du public en ligne et 60 % pointage du jury consommateur.

***Note :** Pour recevoir un prix du public, le candidat doit avoir reçu une note minimale de 70% de la part du jury.

CATÉGORIES DU CONCOURS

Six grandes catégories sont maintenant disponibles, incluant la catégorie « En ébullition ».

À noter que la catégorie « Plat – Menu » a été suspendu pour l'édition 2022.

La division des catégories a été revue pour s'assurer l'inclusion de tout type de produits et d'initiatives. Cette nouvelle division permettra aux concurrents d'être dans des catégories qui regroupent des participants équivalents à leurs candidatures.

Chaque produit et initiative doit avoir sa propre inscription. Il doit choisir :

1. Choisir sa catégorie (dimension)*
2. Son type candidature (type de produit ou d'initiative)
3. La taille de son entreprise

***Tout produit alimentaire (qui se mange ou qui se boit) doit s'inscrire dans la catégorie PRODUIT.** Les prix pour le design et l'éco conception sont désormais dans cette catégorie. Les catégories « Initiative en éco emballage » et « Initiatives en réduction du gaspillage » sont destinées uniquement aux initiatives collectives.

1. Catégorie 1 : PRODUIT OU GAMME DE PRODUITS ALIMENTAIRE

Définition : Produit transformé, emballé et distribué qui contribue au manger mieux par sa valeur ajoutée, son goût et/ou par son design d'emballage et son côté éco responsable.

1.2. Type de produit :

1.2.2. GARDE-MANGER

Produits d'épicerie : Ingrédients pour cuisson et préparation (farine, bouillon, etc.), pâtes, riz et dérivés, aliments en conserves et pots, condiments, épices, huiles, vinaigres, vinaigrettes et sauces, miels, sirops, tartinades, confitures, collations sucrées/salées, barres, céréales, cafés, thés, boissons chaudes, jus et boissons non réfrigérés

Boulangerie : Pains, pâtisseries, biscuits

1.2.3. FRIGO

Produits laitiers et substituts : Laits, crèmes, beurres, margarines, yogourts, fromages, desserts laitiers

Boissons : Jus, prêts à boire et boissons froides, bières, cidres, vins et alcools

Fruits et légumes : Fruits/légumes et salades préemballées

Protéines : Viandes, poissons, substituts/protéines végétales (tofu, tempeh, légumineuses, noix, etc.), œufs, préparation à base d'œufs

Prêt à manger : plats prêts à manger/à réchauffer (à base de viandes, volailles, poissons), charcuteries, plats prêts à manger/à réchauffer (substituts végétariens)

1.2.3. **CONGÉLATEUR**

Surgelés : Ingrédients, produits bruts, fruits, légumes, repas prêts à manger/à réchauffer et plats d'accompagnements, crèmes glacées, desserts glacés

2. **Catégorie 2 : INITIATIVE EN COMMUNICATION**

Définition : Initiative en communication qui, par la transparence de son contenu aide à la compréhension du manger mieux et en encourage sa consommation.

2.2 **Types d'initiatives** :

- 2.2.2 Livres
- 2.2.3 Magazines et éditions thématiques
- 2.2.4 Site web ou application mobile
- 2.2.5 Campagne publicitaire
- 2.2.6 Émissions de télévision ou de radio
- 2.2.7 Programme ou formation

3. **Catégorie 3 : PROJET OU INITIATIVE EN ACCESSIBILITÉ**

Définition : Projet et initiative de distribution ou de formation qui favorise l'accès au manger mieux pour tous.

3.2 **Types d'initiatives** :

- 3.2.1 Vente de produits non transformés
- 3.2.2 Distribution en centre communautaire
- 3.2.3 Distribution de plats à emporter à cuisiner
- 3.2.4 Formation en centre communautaire
- 3.2.5 Formation en entreprise ou en institution

4. **Catégorie 4 : INITIATIVE EN EMBALLAGE**

Définition : Initiative qui réduit l'impact de l'emballage sur l'environnement par sa façon de faire ecoresponsable et la gestion du cycle de vie.

4.2 **Types d'initiatives** :

- 4.2.1 Contenant/emballage
- 4.2.2 Initiative au niveau du cycle de vie

5. **Catégorie 5 : INITIATIVE POUR CONTRER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE**

Définition : Initiative collective de sensibilisation, de réduction, de récupération et de valorisation pour éviter que des denrées alimentaires soient jetées.

5.2. **Types d'initiatives** :

- 5.2.3. Projet d'OBNL
- 5.2.4. En restauration commerciale

- 5.2.5. En restauration institutionnelle
- 5.2.6. Chez les producteurs de matières premières et ingrédients
- 5.2.7. Dans les magasins d'alimentation
- 5.2.8. Formation

6. Catégorie 6 : EN ÉBULLITION

Définition : Produit ou initiative qui seront lancés entre le 31 janvier 2022 et le 31 décembre 2022.

6.1 Types d'initiatives :

- 6.1.1 Produits
- 6.1.2 Initiatives en communication
- 6.1.3. Initiatives en accessibilité de l'offre alimentaire
- 6.1.4. Initiatives en écoemballage
- 6.1.5. Initiatives pour contrer le gaspillage alimentaire

TAILLES D'ENTREPRISES*

1. Très Petite entreprise ou OBNL (de 1 à 9 employés et - de 1M\$ de chiffres d'affaires)
2. Petite entreprise ou OBNL (De 10 à 99 employés et - de 10M\$ de chiffres d'affaires)
3. Moyenne et Grande Entreprise ou OBNL (+ de 100 employés et + de 10 M\$ de chiffres d'affaires)

*Pour vous classer dans une catégorie, vous devez répondre aux 2 critères. Si votre chiffre d'affaires est supérieur à celui indiqué dans la catégorie sélectionnée, vous devez vous inscrire dans la catégorie supérieure.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Les dossiers des candidats seront évalués **selon les critères de chacune des catégories.**

GRILLE D'ÉVALUATION

Catégorie 1 : PRODUIT OU GAMME DE PRODUITS ALIMENTAIRE

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/PRODUIT OU GAMME DE PRODUITS ALIMENTAIRE)

Pour être considéré comme finaliste dans cette catégorie, un candidat doit avoir reçu par les membres du jury une note moyenne de 70 points sur 100 et également une note moyenne de 70 points sur 100 sur le critère spécifique des valeurs ajoutées.

1-1 : Identification et description du produit

- 1-1-A : Titre ou nom du produit
- 1-1-B : Description du produit
- 1-1-C : Valeur ajoutée principale du produit (Qualité des ingrédients, valeurs nutritionnelles, réponse à un besoin consommateur, accessibilité en prix)
- 1-1-D : Cible consommateur
- 1-1-E : Date de mise en marché au Canada
- 1-1-F : Prix du produit au détail
- 1-1-G : Distribution numérique du produit (nombre de magasins et plateformes en ligne)

Critère 1 : Valeurs ajoutées 40%

SOUS-CRITÈRES :

1-2 : Amélioration de l'offre alimentaire : 40%

1-2-1 : Contribution nutritionnelle pour le consommateur : Composition et Valeurs nutritives 20%

- 1-2-1-A : Composition des Ingrédients : quantité, qualité, naturalité.
- 1-2-1-B : Qualité nutritive du produit : Niveau de sel, sucre et gras *trans* < 15% de la VQ
Apport en fibres, protéines, vitamines et minéraux
- 1-2-1-C : Réduction du niveau de sel, de sucre ou de gras *trans* (vs votre ancien produit ou la catégorie) (si applicable)
- 1-2-1-D : Retrait partiel ou total d'additifs alimentaires (vs votre ancien produit ou la catégorie) (si applicable)

1-2-2 : Expérience consommateur 10%

- 1-2-2-A : Réponse à un besoin consommateur (recette, expérience)
- 1-2-2-B : Permet de consommer le produit dans d'autres occasions
- 1-2-2-C : Offre une portion adaptée aux besoins du consommateur
- 1-2-2-D : Contribue à la convivialité du repas

1-2-3 : Accessibilité du produit pour le consommateur 10%

- 1-2-3-A : Accessibilité prix du produit (égal ou inférieur au marché)
- 1-2-3-B : Accessibilité physique du produit (niveau de distribution, facilité de se le procurer)
- 1-2-3-C : Contribution à l'économie locale

Critère 2 : Goût 20%

Les candidats n'ont pas à remplir les questions suivantes, le produit sera goûté et évalué par un panel de 100 consommateurs.

Critère 3 : Design 20%

SOUS-CRITÈRES :

3.1 : Esthétisme du design 5%

- 3-1-A : Caractère distinctif (En quoi le design de l'emballage se démarque-t-il de ses concurrents)
- 3-1-B : Impact visuel (De quelle façon le design de l'emballage attire-t-il l'oeil de loin)
- 3-1-C : Qualité du graphisme (Choix des matériaux d'impression, qualité des images, typographie rendu des couleurs)

3-2 : Ergonomie de l'emballage 5%

(Facilité de prise en main, d'utilisation pour le consommateur, forme, poids)

- 3-2-A : Praticité pour le consommateur (facilité d'ouverture, conservation à l'utilisation)
- 3-2-B : Fonctionnalité du design (Ergonomie, forme, prise en main du contenant, occupation de l'espace en tablette ou à la maison (garde-manger, frigo, congélateur))
- 3-2-C : Optimisation de la manutention lors du transport et de la distribution

3-3 : Compréhension du produit 5%

- 3-3-A : Reconnaissance du produit
- 3-3-B : Clarté générale des informations sur l'emballage individuel et sur le suremballage
- 3-3-C : Précision de l'information nutritionnelle

3-4 : Transparence et Éthique 5%

- 3-4-A : Information fiable et exhaustive sur la composition du produit (détail et origine des ingrédients)
- 3-4-B : Information sur les méthodes de production et sur la chaîne d'approvisionnement
- 3-4-C : Engagement réel en matière de responsabilité sociale et sécurité alimentaire

Critère 4 : Eco conception 20%

SOUS-CRITÈRES :

4-1 : Choix et utilisation Matières premières 3%

- 4-2-A : Choix : Niveau de naturalité et part locale des matières premières
- 4-2-B : Poids de l'emballage /suremballage et transport des matières premières
- 4-2-C : Travail d'optimisation avec les fournisseurs de matières premières

4-2 : Choix et utilisation des matériaux d'emballage 10%

- 4-3-A : Choix des matériaux d'emballage (mono matériau, % de matière recyclée)
- 4-3-B : Augmentation du niveau de recyclabilité
- 4-3-C : Réduction du ratio emballage /produit, poids/masse emballage

4-3 : Optimisation production 3%

4-4-A : Contrôle et Réduction pertes matières premières et matériaux d'emballage

4-4-B : Contrôle et réduction consommation eau, énergie et rejets

4-4-C : Optimisation des cycles de production

4-4 : Optimisation transport et durée de vie 4%

4-5-A : Choix logistique et distribution des produits

4-5-B : Optimisation de palettisation /transport

4-5-C : Augmentation durée de vie du produit

4-5-D : Récupération fin de vie de l'emballage

GRILLE D'ÉVALUATION

Catégorie 2 : INITIATIVE EN COMMUNICATION

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/INITIATIVE EN COMMUNICATION)

Critère 1 : L'influence sur la compréhension du manger mieux 60%

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de l'initiative

1-1-A : Titre ou nom de l'initiative

1-1-B : Cible consommateur de l'initiative

1-1-C : Date ou période de parution de l'initiative

1-1-D : Prix public de l'initiative (s'il y a lieu)

1-1-E : Portée de l'initiative (nombre de parution, nombre de personnes touchées)

1-1-F : Description et résumé de l'initiative

1-2 : Contribution au manger mieux de l'initiative 60%

1-2-A : Aspects du manger mieux valorisé par l'initiative (composition des ingrédients, valeurs nutritives, réponse à un besoin consommateur, valeurs environnementales)

1-2-B : Type de contribution de l'initiative (informatif, éducatif, suggestif)

1-2-C : Niveau de contribution de l'initiative (mise en valeur de l'adoption d'une meilleure alimentation)

1-2-D : Objectifs fixés et résultats de l'initiative

Critère 2 : Impact de l'initiative 40%

SOUS-CRITÈRES :

2-1 : La qualité de production de l'initiative (image, photos, écriture, support)

2-2 : L'originalité et l'impact de l'initiative (unicité dans le marché)

2-3 : La clarté du message (vulgarisation, simplicité, compréhension)

2-4 : La portée et la fréquence du message

GRILLE D'ÉVALUATION

Catégorie 3 : INITIATIVE EN ACCESSIBILITÉ

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/INITIATIVE EN ACCESSIBILITÉ)

Critère 1 : L'influence sur l'accessibilité au Manger Mieux 60%

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de du projet ou de l'initiative

- 1-1-A : Nom du projet ou de l'initiative
- 1-1-B : Cible consommateur de l'initiative
- 1-1-C : Date de mise en service
- 1-1-D : Prix public de l'initiative (lister des prix) si applicable
- 1-1-E : Nombre de clients distribués ou touchés par l'initiative ou le projet
- 1-1-F : Description du service offert

1-2 : Contribution à l'accessibilité au manger mieux 60%

- 1-2-A : Aspect du manger mieux rendu plus accessible par le projet ou l'initiative (Qualité des produits distribués (ingrédients, valeurs nutritives) ou présentés dans la formation)
- 1-2-B : Expérience consommateur (réponse à un besoin consommateur, variété de l'offre)
- 1-2-C : Accessibilité du prix de l'initiative (égal ou inférieur au marché) (si applicable)

Critère 2 : L'impact du projet ou de l'initiative 40%

SOUS-CRITÈRES :

- 2-1 : La qualité et la facilité d'accès au service du projet ou de l'initiative
- 2-2 : Le niveau de satisfaction des personnes touchées par le projet ou l'initiative
- 2-3 : L'originalité et la valeur ajoutée du service
- 2-4 : La portée du service (nombre de clients)

GRILLE D'ÉVALUATION

Catégorie 4 : INITIATIVE EN ECO EMBALLAGE

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/INITIATIVE EN ECO EMBALLAGE)

Critère 1 : La réduction de l'impact de l'emballage alimentaire sur l'environnement 60%

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de l'initiative

1-1-A : Nom de l'initiative

1-1-B : Description de l'initiative

1-1-C : Objectif de l'initiative : niveau d'amélioration et de nouveauté

1-1-D : Type de matériaux d'emballage et ou de suremballage utilisé

1-1-E : Liste partenaires dans l'initiative

1-1-F : Date de lancement de l'initiative ou date prévu de mise en marché

1-2 : Amélioration de l'écoconception 60%

1-2-A : Réduction du poids d'emballage dans l'initiative (si applicable)

1-2-B : Amélioration de la recyclabilité de l'emballage par l'initiative (si applicable)

1-2-C : Amélioration de la fonctionnalité de l'emballage par l'initiative (si applicable)

Critère 2 : L'impact de l'initiative 40%

2-1 : Degré de nouveauté et d'amélioration de l'initiative

2-2 : La portée de l'initiative

2-3 : Géographique : locale, régionale, mondiale

2-4 : Nombre de produits touchés potentiellement par l'initiative

2-5 : La pertinence de l'initiative sur le marché visé (correspond à un besoin consommateur)

2-6 : L'impact économique de l'initiative

2-7 : L'impact environnemental de l'initiative

GRILLE D'ÉVALUATION

Catégorie 5 : INITIATIVE POUR CONTRER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/INITIATIVE POUR CONTRER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE)

Critère 1 : La réduction de l'impact de l'alimentation sur l'environnement 60%

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de l'initiative

- 1-1-A : Identification et description de l'initiative
- 1-1-B : Nom de l'initiative
- 1-1-C : Description de l'initiative
- 1-1-D : Objectif de l'initiative : niveau de réduction
- 1-1-E : Liste partenaires dans l'initiative
- 1-1-F : Date de lancement de l'initiative

1-2 Réduction du gaspillage alimentaire 60%

- 1-2-A : Réduction des gaspillages alimentaires grâce à l'initiative (si applicable)
- 1-2-B : Amélioration de l'accessibilité de l'offre grâce à l'initiative (si applicable)
- 1-2-C : Amélioration du prix public de l'offre grâce à l'initiative (si applicable)

Critère 2 : L'impact de l'initiative 40%

- 2-1 : Niveau d'originalité et d'amélioration de l'initiative
- 2-2 : La portée de l'initiative
- 2-3 : La pertinence de l'initiative sur le marché visé (correspond à un besoin)
- 2-4 : L'impact économique de l'initiative
- 2-5 : L'impact environnemental de l'initiative.

À GAGNER

Finalistes :

Tous les finalistes de la **catégorie PRODUIT OU GAMME DE PRODUITS ALIMENTAIRE** auront une **intégration gratuite** dans le nouveau Guide DUX manger mieux sur le site web DUX (lancement à venir).

Les finalistes par catégorie recevront un certificat portant la mention Grands Prix DUX 2022 - Finaliste catégorie « X ».

Les finalistes ont la possibilité d'utiliser la mention **Grands Prix DUX 2022 – Finaliste catégorie « X »** ainsi que le logo des Grands Prix DUX dans leurs communications, **à l'exception de leur produit ou l'emballage du produit.**

Gagnants :

En plus d'avoir la possibilité d'utiliser la mention **Grands Prix DUX 2022 - Gagnant catégorie « X »** et le logo des Grands Prix DUX dans leurs communications, les entreprises lauréates se verront également offrir de nombreuses occasions de visibilité, notamment :

- Campagne publicitaire multiplateforme DUX mettant de l'avant les lauréats 2022
- Campagne de relations de presse (présentation des lauréats dans les médias spécialisés, possibilité d'entrevues, etc.)
- Présentation des résultats du concours, compte-rendu de la soirée de gala sur le site Internet et sur l'infolettre des magazines L'actualité ALIMENTAIRE et LE must
- Visibilité sur le site du Mouvement DUX (lancement à venir)

Les prix DUX :

11 différents prix seront remis aux gagnants de chaque catégorie, par taille d'entreprise.

1. **DUX Meilleur produit (cumulatif des 4 critères de la catégorie PRODUIT)**
2. **DUX Meilleure valeur ajoutée**
3. **DUX Meilleur goût**
4. **DUX Meilleur du design**
5. **DUX Meilleure eco conception**
6. **DUX Meilleure initiative en communication**
7. **DUX Meilleure initiative en accessibilité**
8. **DUX Meilleure initiative en eco emballage**
9. **DUX Meilleure initiative pour contrer le gaspillage alimentaire**
10. **DUX En ébullition**
11. **DUX Précurseur**

Gagnants VOTE DU PUBLIC :

Les organisations gagnantes du Vote du public pourront utiliser la pastille les désignant comme tel dans toutes leurs communications **à l'exception de leur emballage ou de leur produit.**

Utilisation du logo DUX :

L'utilisation du logo DUX sur un emballage ou un produit doit être approuvée par EDIKOM et DUX manger mieux avant la mise en marché.

Pour obtenir l'autorisation d'utiliser le logo DUX sur un emballage ou un produit, l'entreprise doit d'abord :

1. Faire une demande écrite d'utilisation du logo DUX sur un produit ou un emballage qui a préalablement été soumis au concours LES GRANDS PRIX DUX 2022.
2. Envoyer des échantillons de produits pour des fins d'analyses par une firme externe mandatée par DUX. L'objectif est de confirmer que les informations de la fiche nutritionnelle du produit, qui a été soumis au jury DUX pour évaluation, sont exactes. Les frais de cette analyse sont assumés par EDIKOM.
3. Si le produit respecte la fiche nutritionnelle et les allégations faites au jury DUX, l'entreprise sera invitée à soumettre à DUX des maquettes visuelles de l'emballage avec le logo DUX pour approbation.

4. Suite à ces trois étapes, le à DUX remettra une autorisation écrite à l'entreprise qui pourra alors utiliser le logo pour une période de douze (12) mois.
5. Après cette première période de douze (12) mois, si l'entreprise gagnante souhaite conserver le logo sur ses emballages, elle devra fournir une nouvelle demande écrite à EDIKOM, ainsi qu'une analyse de son produit. (L'analyse ne doit pas dater de plus de trois (3) mois)
6. Si le produit respecte toujours la fiche nutritionnelle et les allégations faites au jury DUX, EDIKOM donnera une nouvelle autorisation valide pour douze (12) mois.
7. L'entreprise pourra répéter cette demande d'utilisation chaque année, pour autant qu'aucun changement ne soit apporté à la composition du produit.

IMPORTANT

8. Un produit qui change ultérieurement de composition ne peut EN AUCUN CAS utiliser le logo DUX. Ledit produit devra être soumis à nouveau aux membres du jury du concours LES GRANDS PRIX DUX.
9. EDIKOM se réserve le droit d'analyser le produit à tout moment afin de s'assurer que le produit respecte toujours la fiche nutritionnelle soumise au jury DUX.

RESPONSABILITÉS

EDIKOM se réserve le droit d'utiliser le matériel fourni (nom, logo, photos, etc.) dans ses publications et produits comme outil promotionnel du concours ou encore pour un reportage journalistique dans toute autre publication.

RÈGLEMENTS GÉNÉRAUX

1. Aucun document transmis dans le cadre du concours ne sera retourné à l'entreprise ou l'organisation participante. Tous les documents déposés lors de l'inscription au concours seront détruits par déchiquetage à la fin du concours.
2. Les organisateurs se réservent le droit de rejeter les dossiers d'inscription incomplets, les dossiers ne remplissant pas les conditions requises, les dossiers n'ayant pas été rédigé de façon claire ou lisible et les dossiers n'ayant pas été soumis à la date limite indiquée dans le présent document.
3. Les membres du jury se réservent le droit de contacter un candidat si des clarifications sur le projet déposé leurs semblent nécessaires afin de bien juger du projet.
4. Les décisions du jury sont sans appel. Si, de l'avis du jury, aucune candidature dans une catégorie donnée n'atteint un pointage minimal pour être considérée comme finaliste, le jury et les organisateurs du concours se réservent le droit de n'accorder aucun prix dans la catégorie.
5. En aucun temps les membres du jury ne seront autorisés à divulguer les notes d'évaluation des délibérations. Toutefois, les organisateurs du concours pourront communiquer aux participants qui en font la demande une évaluation qualitative des projets évalués.
6. Les organisateurs se réservent le droit d'utiliser ou de permettre l'utilisation des noms ou des logos des finalistes et des gagnants sans paiement de cachet, droits ou redevances et ce, aux seules fins de la promotion du concours.

7. L'entreprise ou l'organisation participante doit obligatoirement signer un formulaire d'exonération, c'est-à-dire, une déclaration en vertu de laquelle elle dégage de toute responsabilité les organisateurs ainsi que toutes personnes et organismes engagés dans le concours.
8. Les organisateurs et les membres du jury traiteront de façon confidentielle tous les documents relatifs aux candidatures soumises dans le cadre de ce concours.

CONTACT ET QUESTIONS

L'équipe DUX

514 990-6967, poste 221

info@mouvementdux.com

615, rue Notre-Dame

Saint-Lambert (Québec), J4P 2K8