

DLF Utmerkelser 2022

Merkevarepris - Innovasjonspris - Bærekraftspris

Slik nominerer du til DLF Utmerkelser:

1. Skriv en pitch (maks en A4 side, standard marg) og forteller kort om kandidaten, med utgangspunkt i kriteriene.
2. Logg inn og registrer din kandidat her <https://dlf.awardsplatform.com/>
Har du ikke allerede opprettet en brukerkonto må du gjøre det.
3. Last opp dokumentet (PDF-format) og send inn.

Med bakgrunn i pitchen vil juryen velge kandidatene som går videre til runde to, og som da må sende inn en mer utfyllende presentasjon.

Hvem kan vinne?

Kandidaten må eies av, selges av eller være gjennomført av et DLF-medlem. Tidligere nominerte kandidater kan også nomineres (gjelder ikke tidligere vinnere). *Husk å sjekke kriteriene.*

Frist for nominasjon er tirsdag 16. august 2022.

Registrering av nominasjon/pitch

Vær tydelig på hvilke egenskaper / resultater ved kandidaten som gjør den til en verdig vinner. Maks en A4 side.

DLF Merkevarepris

Beskriv kort hvordan merkevaren har utmerket seg mht.: Tydelige verdier, Engasjement, Oppmerksomhet og/eller Markedsandeler. Beskriv også kort hvilke resultater som er oppnådd.

Tidsperiode: Vinneren kåres blant merkevarer som har levert resultater og hatt en sterk posisjon i markedet i løpet av minst de siste 3 år foregående år.

DLF Innovasjonspris

Beskriv kort hvordan kandidaten skaper begeistring, gir større mangfold i markedet og tilfører verdi for forbruker, leverandør og handel. Beskriv også kort hvilke resultater som er oppnådd.

Tidsperiode: Vinneren kan kåres både på bakgrunn av et langvarig arbeid, en nystartet satsing eller særskilte tiltak i en kortere tidsperiode. Innovasjonen må enten fortsatt pågå / være i markedet, eller ha vært avsluttet etter 1. juni året før.

DLF Bærekraftspris

Beskriv kort hvordan kandidaten har bidratt til bærekraftige forbruks -og produksjonsmønstre og redusert belastningen på miljø og klima, i tråd med [FNs Bærekraftsmål nr 12](#). Relevante områder inkluderer: Gjenbruksmuligheter, transport, emballering, klimafotavtrykk, matsvinn, energiforbruk og miljøutslipp.

Tidsperiode: Vinneren kan kåres både på bakgrunn av et langvarig arbeid eller særskilte tiltak i en kortere tidsperiode. Prosjektet eller tiltaket må enten fortsatt pågå eller ha vært avsluttet etter 1. juni året før.

For å være sikre på at alle relevante kandidater er med til DLF Innovasjonsprisen, vil vi også sjekke med handelen om det er sterke kandidater som savnes og som bør oppfordres til å nominere.

Jury

Juryen er satt sammen av personer med bredde av erfaringer og kunnskap, fra bransjen og eksternt. DLF Merkevarerpris og DLF Innovasjonspris har samme jury.

Kåring

- ❖ Juryen vurderer alle nominerte pitcher etter fristen 16. august. De avgjør hvem som går videre til runde to, og som inviteres til å levere en mer utfyllende presentasjon.
- ❖ Juryen velger deretter 3 finalister fra hver kategori som vil bli kontaktet i etterkant av juryens bedømmelse.
- ❖ Finalistene presenteres på DLF Høstmøte 20. oktober 2022.
- ❖ DLF sender ut pressemelding inkl bilder om finalistene og vinnere. I tillegg blir dette publisert på DLFs hjemmesider og i nyhetsbrev.

Ved spørsmål om nominasjon og registrering Siw Skjervold, prosjektleder i DLF
siw.skiervold@dlf.no / Tlf. 95 83 05 70

Fullstending oversikt over kriterier følger på neste side.

Fullstending oversik over kriteriene for DLF Utmerkelser.

DLF Merkevarerpris

DLF ønsker å trekke frem gode eksempler på hvordan merkevarene har en betydelig rolle og verdi for forbruker og samfunn. Prisen skal tydeliggjøre merkevarens styrke og posisjon i samfunnet, og vi ønsker å dele gode løsninger for å inspirere bransjen til å utvikle merkevarens posisjon. Vinneren skal gjennom prisen hedres for det gode arbeid som bygger sterke merkevarer, basert på tillit.

1. Vinneren skal være en merkevare.

Vinneren må ha en klar merkevareprofil med en sterk merkevarekjennskap hos forbruker, og over tid utmerke seg innenfor en eller flere kriterier overfor forbruker:

- Tydelige verdier
- Engasjement
- Oppmerksomhet
- Markedsandeler

2. Ha en klar profil på sin merkevare bygging.

Vinneren av prisen må kunne vise til gode merkevare byggende tiltak over tid, som har gjort at merkevaren har oppnådd sin posisjon.

3. Verdi for forbruker og kunde.

Vinneren av prisen må oppfattes som en ledestjerne for kategorien av forbruker og kunde. Bidraget må også ha tilført resultater for handelen.

Tidsperiode

Vinneren kåres blant merkevarer som har levert resultater og hatt en sterk posisjon i markedet i løpet av minst de siste 3 år foregående år.

DLF Innovasjonspris

DLF ønsker å fremme innovasjon, produktutvikling og mangfold som styrker forbrukernes valgmuligheter.

Gjennom denne prisen ønsker DLF å trekke frem gode eksempler på bredden og kvaliteten i medlemmenes innovasjonsarbeid, og å dele gode løsninger for å inspirere bransjen til fortsatt satsing på innovasjon i hele verdikjeden.

1. DLF Innovasjonspris deles ut til en innovasjon som skaper begeistring, gir større mangfold i markedet og tilfører verdi for forbruker, leverandør og handel.
2. Vinneren skal ha oppnådd resultater gjennom økt salg, kategorivekst, endret forbruksmønster eller økt verdiskaping. Dette kan også inkludere gevinster innenfor områder som kvalitet, lønnsomhet, driftsfordeler, svinn eller andre elementer som bidrar til en øktverdiskaping

Tidsperiode

Vinneren kan kåres både på bakgrunn av et langvarig arbeid, en nystartet satsing eller særskilte tiltak i en kortere tidsperiode. Innovasjonen må enten fortsatt pågå/ være i markedet, eller ha vært avsluttet etter 1. juniåret før

DLF Bærekraftspris

Merkevarene har en posisjon som gjør at de kan bidra til bedre folkehelse, bedre ressursutnyttelse, lavere klimautslipp og å løse sosiale problemer. Gjennom denne prisen ønsker DLF å trekke frem gode eksempler på hvordan merkevarene eller merkevarebedriftene tar et betydelig og viktig bærekraftsansvar.

Prisen skal tydeliggjøre merkevarens mulighet til å være med på å løse noen av samfunnets utfordringer, samtidig som vi ønsker å dele gode løsninger og inspirere bransjen til å utnytte sin posisjon enda bedre.

Vinner av prisen skal være en merkevare eller en merkevarebedrift som kan dokumentere resultater i form av bidrag til bærekraftige forbruks- og produksjonsmønstre og redusert belastningen på miljø og klima, i tråd med [FNs Bærekraftsmål nr. 12](#). Relevante områder inkluderer:

- Gjenbruksmuligheter
- Transport
- Emballering
- Klimafotavtrykk
- Matsvinn
- Energiforbruk
- Miljøutslip

Tidsperiode

Innenfor denne kategorien kan vinneren kåres både på bakgrunn av et langvarig arbeid eller særskilte tiltak i en kortere tidsperiode. Prosjektet eller tiltaket må enten fortsatt pågå eller ha vært avsluttet etter 1. juni året før.