

Regolamento per 'Insegna dell'Anno Italia', versione aprile 2022

Il presente regolamento si riferisce all'elezione di 'Insegna dell'Anno Italia', 'Insegna Web dell'Anno Italia' e 'Retailer dell'Anno Italia'. L'elezione è organizzata da Q&A Research Italia srl (di seguito 'Q&A') in collaborazione con SEIC – Studio Orlandini srl (di seguito 'SEIC').

Elezioni

1. Q&A e SEIC organizzano il premio annuale 'Insegna dell'Anno Italia' e 'Insegna Web dell'Anno Italia'.
2. I vincitori di categoria e i vincitori assoluti di 'Insegna dell'Anno Italia' e di 'Insegna Web dell'Anno Italia' concorrono automaticamente al premio 'Retailer dell'Anno Italia'.

Partecipanti

3. Possono partecipare all'elezione di 'Insegna dell'Anno' tutte le insegne con almeno cinque punti vendita in Italia. Possono inoltre partecipare le insegne aventi più di 30 punti vendita in Europa, di cui almeno tre in Italia. Se un'insegna non è presente nel questionario può contattare Q&A.
4. Tutte le insegne con i requisiti di cui sopra e anche un negozio web che vende prodotti in Italia possono partecipare a 'Insegna Web dell'Anno Italia'.
5. Possono partecipare tutti i pure player operanti in Italia con un fatturato di almeno €1,000,000. Qualora lo ritenesse opportuno, Q&A potrebbe chiedere all'insegna di comprovare di essere in possesso dei requisiti per la partecipazione. L'impossibilità ad aderire a questa richiesta comporta l'esclusione dall'elezione.

Categorie

6. Q&A e SEIC determinano le categorie in cui vengono valutate le insegne, le quali possono esprimere le proprie preferenze al riguardo prima dell'avvio dell'elezione. Q&A e SEIC valutano queste richieste con criteri di equità e ragionevolezza.
7. Q&A e SEIC si riservano il diritto di aggiungere o eliminare delle categorie. Le categorie vengono rivedute annualmente.

Voti

8. Una valutazione consiste nell'attribuire un voto numerico a vari aspetti. Gli aspetti sono così suddivisi per le insegne fisiche e le insegne web:

Brick-and-mortar stores	Webshops
Prezzo <i>Questa insegna ha un buon rapporto qualità-prezzo</i>	Prezzo <i>Questo negozio web ha un buon rapporto qualità-prezzo</i>
Assortimento <i>L'assortimento dei prodotti di questa insegna è in linea con le mie esigenze.</i>	Assortimento <i>L'assortimento dei prodotti di questo negozio web è in linea con le mie esigenze.</i>
Ospitalità <i>Gli addetti sono veramente cordiali e attenti</i>	Servizio <i>Gli addetti ti assistono e aiutano nella fase di acquisto e reso</i>
Competenza <i>Gli addetti sono competenti e informati sui prodotti</i>	Informazioni <i>Il negozio web offre informazioni esaurienti per fare la mia scelta</i>
Facilità d'acquisto <i>Non ci metto più tempo del dovuto per fare i miei acquisti</i>	Consegna <i>Ci sono abbastanza opzioni per la consegna, che è veloce e senza intoppi.</i>
Aspetto <i>I negozi hanno un aspetto curato e ordinato</i>	Facilità di utilizzo <i>Il sito di questo negozio web è facile da navigare e trovo facilmente i prodotti che cerco.</i>

L'importanza degli aspetti viene verificata grazie a una indagine condotta con i consumatori del panel di Q&A e partner potenziali.

9. Vi sono voti 'primari' e 'secondari'. I voti primari corrispondono alla prima insegna valutata; i voti secondari sono quelli relativi a tutte le eventuali altre insegne valutate. Quando un consumatore valuta per prima l'Insegna A e dopo valuta l'Insegna B e l'Insegna C, il voto primario viene assegnato all'Insegna A e i voti secondari alle insegne B e C. I voti secondari possono essere assegnati anche da terzi (il panel di Q&A o partner).
10. Per poter arrivare in finale per un premio (di categoria) di 'Insegna dell'Anno Italia' e/o 'Insegna Web dell'Anno Italia', un'insegna deve ottenere almeno 380 valutazioni valide.
11. Se solo un'insegna in una categoria ha questi requisiti, Q&A può ridurre la soglia delle valutazioni necessarie per arrivare in finale.
12. Per ciascuna categoria il numero di finalisti può variare da un minimo di due a un massimo di cinque. Se più di cinque insegne raggiungono la quota di voti necessari, passeranno in finale le cinque insegne con il punteggio finale complessivo più elevato.

Materiale & Iniziative Promozionali

13. Le insegne possono incoraggiare i loro clienti a valutarle, sia come negozio fisico che web. Gli strumenti disponibili sono link personalizzati per la votazione, banner per la comunicazione online e materiale per personalizzare la propria comunicazione. Q&A mette questo materiale promozionale a disposizione delle insegne per aumentare la visibilità dell'elezione agli occhi dei consumatori.
14. Le insegne non sono autorizzate ad apportare modifiche al materiale promozionale fornito da Q&A senza il consenso scritto preventivo di Q&A e SEIC.
15. Le insegne che utilizzano materiale promozionale o elementi grafici non forniti da Q&A per ottenere valutazioni devono ottenere l'approvazione preventiva di Q&A e SEIC.
16. Partecipando all'elezione le insegne autorizzano Q&A a pubblicare/riprodurre (online) il materiale promozionale da loro utilizzato sul sito <https://retail.insegnadellanno.it>.
17. Q&A mette a disposizione il 'quota monitor' e/o lo 'shop monitor'. Grazie a questi strumenti digitali l'insegna può conoscere in tempo reale il numero di valutazioni ottenute dai propri negozi (fisici e/o web) nel corso dell'elezione. Questi strumenti, però, non sono garanzia del numero di valutazioni ottenute, poiché il risultato finale viene corretto al termine delle valutazioni (v. cause di annullamento voti al punto X).
18. Alle insegne non è consentito in alcun modo incentivare il voto con premi propri all'infuori delle modalità promosse dagli organizzatori. È vietato acquistare voti.

Violazioni e Monitoraggio

19. La violazione da parte delle insegne di una qualsiasi delle clausole del presente regolamento può comportare la squalifica. La decisione finale riguardo la squalifica di un'insegna spetta a Q&A e SEIC.
20. Nel corso dell'elezione Q&A e SEIC eseguirà dei controlli a caso al fine di verificare se la campagna viene condotta correttamente (e quindi conformemente al presente regolamento). Se il controllo rivela la comunicazione di premi propri quali incentivo alla votazione o l'utilizzo di materiale non autorizzato e/o la violazione di qualsiasi altra clausola da parte di un'insegna, ne consegue un ammonimento e una riduzione del numero di voti determinata da Q&A e SEIC, se non addirittura la squalifica.
21. Q&A e/o SEIC verificheranno la campagna di almeno il 50% dei partecipanti attivi.
22. Un notaio verificherà i controlli eseguiti Q&A, in particolare quanto previsto agli artt. 19, 23 e 24 del presente regolamento.

Raccogliere valutazioni

23. Non è consentito fare valutare i consumatori nel punto vendita su moduli cartacei o tramite la rete internet disponibile nel punto vendita stesso. È tuttavia possibile raccogliere l'indirizzo mail degli eventuali interessati e successivamente fare inviare loro – o dall'insegna o da Q&A - un invito a partecipare all'elezione. È inoltre possibile indirizzare un potenziale interessato al sito www.insegnadellanno.it, dove si potrà registrare e completare agevolmente il questionario.
24. Non è consentito votare (o partecipare all'elezione) ai collaboratori di Q&A, SEIC e dello studio notarile.
25. Al termine del periodo di votazione, viene eseguita un'analisi dei voti raccolti con vari parametri che comprendono, ma non si limitano a:

- Voti multipli: nel caso di due o più valutazioni per la stessa insegna nella stessa categoria provenienti dallo stesso indirizzo mail, una sola viene accettata e le altre vengono eliminate.
- Velocità di compilazione del questionario: Le valutazioni completate in meno di 60 secondi verranno rimosse; è legittimo dubitare che siano state effettuate con la dovuta attenzione.
- Indirizzi IP: Viene eseguita una verifica sugli indirizzi IP usati dai consumatori. Più di tre valutazioni effettuate dallo stesso indirizzo IP per insegne della stessa categoria risulteranno in tre valutazioni confermate e le altre eliminate.

Le valutazioni che superano queste verifiche verranno usate per il punteggio finale. Va tenuto presente uno scarto inevitabile nel numero complessivo dei voti, per cui potrebbe non essere raggiunta la soglia necessaria per arrivare in finale.

26. Una correzione basata sul numero di valutazioni viene sottratta dal punteggio medio finale per calcolare il punteggio corretto finale. Questo calcolo è strutturato in modo che a un numero più elevato di valutazioni consegua una correzione inferiore del punteggio medio finale.
27. Se il questionario digitale non può essere compilato ('impossibile votare') per più di 24 ore, il periodo di votazione viene protratto dello stesso tempo che è andato perduto.

Vincitori di categoria

28. Il vincitore di categoria è l'insegna finalista con il punteggio finale corretto più elevato.
29. Nel caso due insegne avessero lo stesso identico punteggio finale corretto, viene considerato il punteggio finale non corretto. Se anche questo dato è uguale per le insegne in questione, l'insegna con il maggior numero di voti (dopo l'analisi dei voti) viene dichiarata vincitrice.
30. I vincitori di categoria possono utilizzare il logo associato al premio di categoria unicamente in base a quanto prescritto dal contratto di licenza per l'utilizzo del logo, che va letto e sottoscritto prima di ricevere e poter utilizzare il logo medesimo.

Vincitori assoluti

31. Il vincitore assoluto di 'Insegna dell'Anno Italia' e di 'Insegna Web dell'Anno Italia' viene determinato – tra l'altro – in base al fattore NPS. Solo le insegne fisiche o web che hanno ottenuto un minimo di 380 valutazioni dopo l'analisi dei voti e che risultano vincitrici nella propria categoria possono vincere il titolo assoluto. Se un'insegna fisica o web ha vinto in varie categorie, queste valutazioni vengono sommate proporzionalmente.
32. Per determinare il vincitore assoluto di 'Retailer dell'anno Italia', al termine della compilazione del questionario, i consumatori devono indicare il nome della loro insegna preferita in assoluto. Devono anche valutare questa insegna in base alla distintività.
33. I vincitori assoluti possono utilizzare il logo associato al titolo assoluto unicamente in base a quanto prescritto dal contratto di licenza per l'utilizzo del logo, che va letto e sottoscritto prima di ricevere e poter utilizzare il logo medesimo.

Dati personali

34. Q&A rispetta la privacy di coloro che partecipano all'elezione. Q&A tratterà tutti i dati personali forniti nel contesto della valutazione effettuata conformemente con quanto previsto dal GDPR.

Responsabilità

35. Q&A (come pure le aziende collegate e la casa madre) e i suoi partner non possono essere tenuti responsabili per alcun danno risultante dalla partecipazione a questa elezione. Qualsiasi responsabilità e/o obbligazione dovuta a danno diretto, immateriale o indiretto, compreso il danno conseguente e perdita di reddito risultante dalla partecipazione a e/o i risultati dell'elezione e/o l'assegnazione di un voto è espressamente respinta da Q&A.
36. I risultati dell'elezione sono insindacabili.

Proprietà Intellettuale

37. Le elezioni, il design, i questionari, la tecnologia e l'URL delle elezioni sono soggetti ai diritti di proprietà intellettuale di Q&A (e/o la sua casa madre Avantage BV) e/o partner affiliati. Tutte le informazioni offerte, compresi i testi, materiale grafico, loghi e immagini e suoni sono tutti protetti da diritti di copyright. La pubblicazione o riproduzione di qualsivoglia materiale di proprietà intellettuale di Q&A (e/o la sua casa madre Avantage BV) è vietato in assenza del consenso scritto di Q&A.

Disposizioni finali

38. Questo documento è stato redatto attentamente, ciononostante potrebbe non essere esente da errori (di stampa e/o traduzione).
39. In tutti i casi non previsti dal presente regolamento, la decisione finale spetta a Q&A e – se del caso – anche a SEIC.