

DLF Utmerkelser 2024

Merkevare - Innovasjon - Bærekraft
DLF NIQ Årets Verdiskaper

Vi åpner opp for nominasjoner til DLF Utmerkelser 11. juni. Nytt av i år:

DLF NIQ Årets Verdiskaper

DLF i samarbeid med NIQ presenterer «DLF NIQ Årets Verdiskaper», en pris som spisses mot kommersiell suksess og tar utgangspunkt i en bruttoliste basert på salgstall fra NielsenIQ. Det vil si at bedrifter **ikke** nominerer til denne prisen. Juryen velger ut kandidater som vil bli kontaktet for å sende inn en utfyllende presentasjon om kandidaten til runde 2.

DLF Merkevarepris

Medlemsbedrifter nominerer sine kandidater som tidligere, men det vil ikke bli valgt tre finalister. Vinneren kåres på DLF Høstmøte. Tidligere års kandidater som tidligere har gått videre til runde to oppfordres til å oppdatere presentasjonen og sende inn på nytt i perioden 2.-6. september. Kandidatene vil da automatisk være med i runden som kårer årets vinner.

Slik nominerer du din kandidat til DLF Utmerkelser:

1. Skriv en pitch (maks en A4 side, standard marg) og fortell kort om kandidaten, med utgangspunkt i kriteriene (se side 2). Gjelder kategorier Innovasjon, Merkevare og Bærekraft.
2. Logg inn og registrer din nominasjon 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 utgangspunkt i pitchene vil juryene velge kandidatene som går videre til runde to, og som da inviteres til å sende inn en mer utfyllende presentasjon.

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

Hvem kan vinne?

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

Frist for nominasjon er fredag 16. august 2024 og gjelder for følgende utmerkelser:

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 Innovasjonspris, vil vi også invitere handelen til å fortelle oss om sterke kandidater de mener bør oppfordres til å nominere.

Jury

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

Kåring

- ❖ Juryen vurderer alle nominerte pitcher etter fristen 16. august. De avgjør hvilke kandidater som går videre til runde to, og som inviteres til å levere en mer utfyllende presentasjon.
- ❖ Juryen velger deretter tre finalister for kategori Innovasjon, Bærekraft og Verdiskaper som vil bli kontaktet i etterkant av juryens bedømmelse, for å intervjues/fimes.
- ❖ Det blir ikke valgt tre finalister til Merkevareprisen, men kun en vinner som kåres på høstmøte.
- ❖ Finalistene og vinnerne presenteres på DLF Høstmøte 17. oktober 2024.
- ❖ DLF sender ut pressemelding inkl. bilder om finalistene og vinnere. I tillegg blir dette publisert på DLFs hjemmesider, LinkedIn og i nyhetsbrev.

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

Fullstending oversikt over kriteriene for DLF Utmerkelse

DLF Merkevarepris

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 arbeidet som bygger sterke merkevarer.

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 og relevans
- Oppmerksomhet
- Markedsandeler

2. Ha en klar profil på sin merkevarebygging.

Vinneren av prisen må kunne vise til gode merkevarebyggende 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 tre 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 økt verdiskaping.

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

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.

DLF NIQ Årets Verdiskaper

Formålet med Årets Verdiskaper er å fremme viktigheten av merkevarenes bidrag til vekst for kategorier og handelen slik at totalmarkedet vokser. Prisen spisses mot kommersiell suksess og tar utgangspunkt i en bruttoliste basert på salgstall fra NIQ. Produktsalg i verdi, produktmarkedsandel og vekst i kategorien vil være sentrale elementer. Tidsperiode som legges til grunn for vurderingen er rullerende 52 uker, til og med uke 28/2024.

Juryen vil ta utgangspunkt i denne bruttolisten og vil be om mer informasjon fra bedrifter på en short-list. Til sist gjør juryen en vurdering og kårer tre finalister og en vinner.

Til denne prisen vil altså ikke bedriftene nominere seg selv. Kandidatene fremkommer utfra kvantitative kriterier og målbare resultater i markedet.