

# DUX

Mieux Manger  
Mieux Vivre

## **LE RÈGLEMENT DES GRANDS PRIX DUX 2020**

---

S'adressant tant au secteur privé qu'au secteur public, les **Grands Prix DUX** est le premier concours à reconnaître, à valoriser et à faire rayonner les pratiques exemplaires visant de saines habitudes alimentaires. Il offre aux leaders du secteur alimentaire une reconnaissance auprès du public.

## **ADMISSIBILITÉ AUX GRANDS PRIX DUX**

---

Sont admissibles à soumettre leur candidature, les entreprises commerciales ayant lancé des produits alimentaires ou mis en place des initiatives encourageant les saines habitudes alimentaires dans les 24 derniers mois (**entre le 1er novembre 2017 et le 1er novembre 2019**) au Canada.

Sont aussi admissibles à soumettre leur candidature, 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 dans les 24 derniers mois (**entre le 1er novembre 2017 et le 1er novembre 2019**) au Canada.

Sont aussi admissibles dans la catégorie « En ébullition » les organisations qui prévoient lancer un produit ou un projet entre **le 31 janvier 2020 et le 31 octobre 2020**.

## **COMMENT SOUMETTRE UNE CANDIDATURE?**

---

**Les inscriptions aux Grands Prix DUX se font en ligne, via une zone sécurisée.**

Les inscriptions aux Grands Prix DUX se terminent le **22 novembre 2019 à minuit**.

**Prolongation possible jusqu'au 6 décembre 2019 à la discrétion des organisateurs.**

LE DOSSIER DE CANDIDATURE AINSI QUE TOUTES LES PIÈCES JUSTIFICATRICES (ANNEXES) DOIVENT NOUS PARVENIR À LA MÊME DATE, SOIT AVANT LE **22 novembre 2019 à minuit (ou le 6 décembre 2019 à minuit, dans le cas d'une prolongation)**

\*Note: tous les documents nécessaires à la bonne compréhension de votre dossier de candidature (liste des ingrédients, fiche nutritionnelle, photos, graphiques, analyses, emballage et produit, recettes, sondages etc.) devront être accompagnés du nom du projet (sur le document et dans le nom du fichier).

Si vous ne pouvez joindre au formulaire en ligne vos pièces justificatives, merci de les envoyer à [info@programmedux.com](mailto:info@programmedux.com) ou via webcargo avant la date limite.

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.

## **FRAIS D'INSCRIPTION**

---

Les frais d'inscription d'un dossier aux **Grands Prix DUX** sont établis selon le type de participant.

**Les frais sont de:**

- 110 \$ + taxes par candidature pour **les organisations à but non lucratif dont les revenus annuels sont de moins de 1 M\$ et les institutions gouvernementales**
- 220 \$ + taxes par candidature pour **les entreprises en démarrage**
- 515 \$ + taxes par candidature pour **les organisations à but non lucratif dont les revenus annuels sont de 1 M\$ et plus, les petites et les moyennes entreprises**
- 825 \$ + taxes par candidature pour **les grandes entreprises**

### **Types de participant**

- OBNL
- Institutions gouvernementales (établissements d'enseignement, hôpitaux, etc.)
- Entreprise en démarrage (en affaires depuis deux ans ou moins)
- Petite et moyenne entreprise (moins de 250 employés)
- Grande entreprise (plus de 250 employés)

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

## **JURY**

---

Le jury est composé d'un minimum de 24 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 au jury.

La liste des membres du jury est disponible en ligne sur [programmedux.com](http://programmedux.com).

## **Processus d'évaluation**

### **1. 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.

Spécifique aux produits soumis, le jury se basera sur les définitions suivantes pour classer ces derniers sous «**produit facilitateur**» ou «**produit à valeur ajoutée** »

#### **Produit facilitateur**

Est défini comme un produit dont l'attrait principal réside dans sa praticité, facilitant ainsi l'accès à une saine alimentation pour les Canadiens.

#### **Produit à valeur ajoutée**

Est défini comme un produit alimentaire dont les propriétés nutritionnelles sont améliorées, par une modification au niveau des ingrédients et/ou de la formulation et/ou des procédés technologiques, et ce, comparativement aux produits disponibles actuellement pour ce segment de marché.

### **2. 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.

### **3. Prix du public**

Le jury consommateur est constitué d'une dizaine de gens du public qui évaluent toute les candidatures reçues, sur la base d'une grille d'évaluation spécifique à ce concours. Une note moyenne sera ensuite octroyée par le jury.

Le vote du public se tiendra en ligne, du **16 décembre 2019 au 10 janvier 2020**.

Le prix du public sera remis dans chaque catégorie (3 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**

---

Les catégories de reconnaissance du concours sont :

### **Catégorie 1 : PRODUITS**

Produit transformé, menu, ingrédient, technologie ou pratique de production améliorant l'offre alimentaire, par la mise en marché d'un nouveau produit ou menu alimentaire, ou par la mise en place de pratiques à la ferme améliorant la qualité du produit.

#### 1. Produit

##### 1.1. Produit facilitateur de l'année

1.1.1. Entreprise en démarrage

1.1.2. PME

1.1.3. Grande entreprise

##### 1.2. Produit à valeur ajoutée de l'année

1.2.1. Entreprise en démarrage

1.2.2. PME

1.2.3. Grande entreprise

##### 1.3. Produit en ébullition

1.3.1. Entreprise en démarrage

1.3.2. PME ou Grande entreprise

##### 1.4. Producteur de l'année

###### 1.4.1. Production végétale

1.4.1.1. Entreprise en démarrage

1.4.1.2. PME

1.4.1.3. Grande entreprise

###### 1.4.2. Production animale

1.4.2.1. Entreprise en démarrage

1.4.2.2. PME

1.4.2.3. Grande entreprise

##### 1.5. Restaurant de l'année

1.5.1. Franchise/concession

1.5.2. Etablissement unique

##### 1.6. Ingrédient ou technologie de l'année

1.6.1. Entreprise en démarrage

1.6.2. PME

1.6.3. Grande entreprise

## **Catégorie 2 : COMMUNICATIONS**

Communications aux citoyens visant l'amélioration des habitudes alimentaires:

### 2. Communication

#### 2.1. Livre ou magazine (imprimé ou numérique)

##### 2.1.1. PME

##### 2.1.2. Grande entreprise

#### 2.2. Site web ou application mobile

##### 2.2.1. Entreprise en démarrage

##### 2.2.2. PME

##### 2.2.3. Grande entreprise

#### 2.3. Campagne publicitaire (marketing, médias sociaux, relations publiques, etc.)

##### 2.3.1. Entreprise en démarrage

##### 2.3.2. PME

##### 2.3.3. Grande entreprise

#### 2.4. Émission télé ou radio (websérie ou podcast)

## **Catégorie 3 : PROJETS**

Programme ou un projet contribuant à l'amélioration des habitudes alimentaires :

### 3. Projet

#### 3.1. Entreprise alimentaire

##### 3.1.1. Entreprise en démarrage, OBNL ou institution gouvernementale

##### 3.1.2. PME

##### 3.1.3. Grande entreprise

#### 3.2. Entreprise non-alimentaire

##### 3.2.1. Entreprise en démarrage, OBNL ou institution gouvernementale

##### 3.2.2. PME

##### 3.2.3. Grande entreprise

## **Catégorie 4 : ENTREPRISE PRÉCURSEURE**

Une entreprise avec plus de deux ans d'existence, qui a été un pionnier dans son secteur d'activité, qui a démontré avoir eu un effet d'entraînement dans sa catégorie, et qui a réussi à bonifier l'offre alimentaire de façon importante.

## **CRITÈRES D'ÉVALUATION**

---

**Les projets proposés seront évalués selon les critères de chacune des catégories.**

PRODUIT FACILITATEUR, À VALEUR AJOUTÉE, EN ÉBULLITION, RESTAURANT

### **I. IDENTIFICATION DU PRODUIT OU MENU (5 POINTS\*)**

\*Les 5 points sont accordés si vous répondez à toutes les questions. En omettant une réponse, le jury vous attribuera un pointage de zéro pour cette section.

**A.** Type de candidature

**B.** Titre ou nom du produit ou du menu

**C.** Décrivez brièvement le produit ou le menu et nommez son avantage nutritionnel (nom de la marque, type de produit, avantage nutritionnel – maximum 50 mots).

**D.** À quel segment de la population s'adresse le produit ou le menu soumis? (sexe, âge, mode de vie, statut)

**E.** Date de mise en marché au Canada

**F.** Coût du produit ou du menu au détail

### **II. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DE L'OFFRE ALIMENTAIRE**

**Décrire comment le produit ou le menu peut contribuer concrètement à l'amélioration de la santé de la population.**

**A.** De quelle façon le produit ou le menu soumis se différencie des produits offerts sur le marché quant à l'amélioration de l'offre alimentaire? (maximum 200 mots)  
**(20 points)**

**B.** Décrivez en quoi la mise en marché de votre produit ou de votre menu a (ou peut avoir) un effet d'entraînement au sein de sa catégorie et de votre secteur d'activité quant à l'amélioration des produits ou menus offerts sur le marché. (maximum 200 mots)  
**(15 points)**

### **III. COMMUNICATION ET TRANSPARENCE**

Décrivez comment vos communications (liste d'ingrédients, allégations sur l'emballage du produit, messages dans vos outils de communications, etc.) démontrent une volonté de transmettre une information juste, crédible, et transparente aux consommateurs, afin de les aider à faire des choix éclairés. (maximum 200 mots)  
**(15 points)**

### **IV. CULTURE D'ENTREPRISE**

Indépendamment du produit/menu soumis, démontrez que la culture de l'entreprise incarne le slogan Mieux Manger, Mieux Vivre et donc s'inscrit dans une philosophie d'alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie. (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

## V. LES DÉFIS

**A.** Quels ont été les défis spécifiques à un produit/menu santé (ou amélioré) rencontrés lors du développement et/ou de la mise en marché ?

**(3 points)**

**B.** Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles ?

**(7 points)**

## VI. SAINE ALIMENTATION MULTIDIMENSIONNELLE

**Décrire comment l'entreprise valorise une saine alimentation multidimensionnelle par l'entremise du produit ou du menu offert.**

**1.** Dimension développement durable

En quoi le produit/menu ou l'entreprise répond aux besoins présents sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. (maximum 100 mots)

**(5 Points)**

**2.** Dimension économique

En quoi le produit ou le menu : – Présente une offre alimentaire saine à des prix accessibles ou avantageux en fonction du type de produit et du segment de marché visé afin d'aider la population à faire de meilleurs choix alimentaires? (maximum 100 mots)

**(5 Points)**

**3.** Dimension socioculturelle

En quoi le produit ou le menu répond aux grandes tendances socioculturelles vécues au Canada? Ex. : vieillissement de la population, conciliation travail-famille, saines habitudes de vie, réduction de la taille des ménages, ethnicité des régions urbaines, féminisation de la main-d'oeuvre professionnelle, etc. (maximum 100 mots)

**(5 Points)**

**4.** Dimension accessibilité

En quoi le produit ou le menu apporte une offre alimentaire suffisante en matière de variété, de quantité et de qualité et rejoint géographiquement la clientèle cible (points de vente, mode de vente, type de marché)? (maximum 100 mots)

**(5 Points)**

## VII. GOÛT ET PLAISIR

**Un maximum de cinq points sera accordé à la discrétion des membres du jury selon leur expérience globale et leur appréciation gustative du produit.**

**TOTAL : 100 %**

## INGRÉDIENTS ET TECHNOLOGIES

### I. IDENTIFICATION DE L'INGRÉDIENT OU DE LA TECHNOLOGIE (5 POINTS\*)

\*Les 5 points sont accordés si vous répondez à toutes les questions. En omettant une réponse, le jury vous attribuera un pointage de zéro pour cette section.

Type de candidature – Ingrédient, Technologie

**A.** Titre ou nom de l'ingrédient ou de la technologie

**B.** Décrivez brièvement l'ingrédient ou la technologie et nommez son avantage nutritionnel (nom, brève description, avantage nutritionnel – maximum 50 mots)

**C.** À quel segment de l'industrie ou de la population s'adresse l'ingrédient ou la technologie? (Type d'entreprise OU sexe, âge, mode de vie, statut)

**D.** Date de disponibilité ou de mise en marché au Canada

**E.** Coût de l'ingrédient ou de la technologie

### II. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DE L'OFFRE ALIMENTAIRE

**A.** De quelle façon l'ingrédient ou la technologie soumis se différencie de ce qui est offert sur le marché quant à l'amélioration de l'offre alimentaire? (maximum 200 mots)  
**(20 points)**

**B.** Résumez en quelques mots en quoi cette différenciation positionne votre entreprise comme un leader. (maximum 50 mots)  
**(10 points)**

**C.** Décrivez en quoi la mise en marché de l'ingrédient ou de la technologie a (ou peut avoir) un effet d'entraînement au sein de sa catégorie et de votre secteur d'activité quant à l'amélioration des produits ou menus offerts sur le marché. (maximum 200 mots)  
**(20 points)**

**D.** Décrivez en quoi la mise en marché de l'ingrédient ou de la technologie a (ou peut avoir) un impact sur la population et lui permet de mieux s'alimenter et de développer de meilleures habitudes de vie. (maximum 200 mots)  
**(20 points)**

### III. CULTURE D'ENTREPRISE

Indépendamment de la technologie ou de l'ingrédient soumis, démontrez que la culture de l'entreprise incarne le slogan Mieux Manger, Mieux Vivre et donc s'inscrit dans une philosophie d'alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie. (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

### IV. LES DÉFIS



**A.** Quels ont été les défis rencontrés lors du développement et/ou de la mise en marché de l'ingrédient ou de la technologie? (maximum 200 mots)

**(5 points)**

**B.** Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles? (maximum 200 mots)

**(10 points)**

**TOTAL : 100 %**

PRODUCTEUR (TECHNOLOGIES ET NOUVELLES PRATIQUES  
À LA FERME)

**I. IDENTIFICATION DE LA TECHNOLOGIE OU DE LA NOUVELLE PRATIQUE À LA FERME (5 POINTS\*)**

\*Les 5 points sont accordés si vous répondez à toutes les questions. En omettant une réponse, le jury vous attribuera un pointage de zéro pour cette section.

- A.** Titre ou nom de la technologie ou de la nouvelle pratique à la ferme
- B.** Décrivez brièvement la technologie ou la nouvelle pratique à la ferme et nommez son avantage nutritionnel (nom, brève description, avantage nutritionnel – maximum 50 mots).
- C.** À quel segment de l'industrie ou de la population s'adresse la technologie ou la nouvelle pratique à la ferme? (Type d'entreprise OU sexe, âge, mode de vie, statut)
- D.** Date de disponibilité ou de mise en marché au Canada
- E.** Coût de la technologie ou la nouvelle pratique à la ferme  
En dollars canadiens

**II. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DE L'OFFRE ALIMENTAIRE**

**A.** De quelle façon la technologie ou la nouvelle pratique à la ferme se différencie de ce qui est offert sur le marché quant à l'amélioration de l'offre alimentaire? (maximum 200 mots)

**(20 points)**

**B.** Résumez en quelques mots en quoi cette différenciation positionne votre entreprise comme un leader. (maximum 50 mots)

**(10 points)**

**C.** Décrivez en quoi la mise en marché de la technologie ou la nouvelle pratique à la ferme a (ou peut avoir) un effet d'entraînement au sein de sa catégorie et de votre secteur d'activité quant à l'amélioration des produits ou menus offerts sur le marché. (maximum 200 mots)

**(20 points)**

**D.** Décrivez en quoi la mise en marché de la technologie ou de la nouvelle pratique à la ferme a (ou peut avoir) un impact sur la population et lui permet de mieux s'alimenter et de développer de meilleures habitudes de vie. (maximum 200 mots)

**(20 points)**

**III. CULTURE D'ENTREPRISE**

Indépendamment de la technologie ou de la nouvelle pratique à la ferme soumise, démontrez que la culture de l'entreprise incarne le slogan Mieux Manger, Mieux Vivre et donc s'inscrit dans une philosophie d'alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie. (maximum 100 mots)

**(10 points)**

#### **IV. LES DÉFIS**

**A.** Quels ont été les défis rencontrés lors du développement et/ou de la mise en marché de la technologie ou de la nouvelle pratique à la ferme? (maximum 200 mots)

**(5 points)**

**B.** Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles? (maximum 200 mots)

**(10 points)**

**TOTAL : 100 %**

## COMMUNICATIONS

### I. IDENTIFICATION DE LA CAMPAGNE OU PROJET (5 POINTS\*)

\*Les 5 points sont accordés si vous répondez à toutes les questions. En omettant une réponse, le jury vous attribuera un pointage de zéro pour cette section.

- A. Type de candidature
- B. Titre de la campagne ou du projet
- C. Date de début de la campagne ou du projet  
Date de fin de la campagne ou du projet
- D. Coût de l'accès au public s'il y a lieu  
En dollars canadiens

### II. PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE OU DU PROJET

- A. Quel aspect d'une saine alimentation est valorisé par la campagne ou le projet?  
(maximum 100 mots)  
**(5 points)**
- B. Décrivez brièvement le contexte, la cible, l'objectif et les enjeux de la campagne ou du projet. (maximum 300 mots)  
**(10 points)**
- C. Quelles étaient les stratégies de communication de la campagne ou du projet? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**
- D. Quels étaient les moyens et outils de communication utilisés lors de la campagne ou du projet? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**
- E. Décrivez l'angle créatif ainsi que le visuel de la campagne ou du projet et indiquez comment ils mettent en valeur l'adoption d'une meilleure alimentation. Expliquez.  
(maximum 100 mots)  
**(5 points)**

### III. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DES HABITUDES ALIMENTAIRES

- A. De quelle façon la campagne ou le projet soumis représente-t-il (t-elle) un exemple pour votre secteur d'activité et établit-il (t-elle) votre organisation comme un leader en matière de communication sur l'amélioration des habitudes alimentaires? Décrivez.  
(maximum 100 mots)  
**(10 points)**
- B. Décrivez en quoi la campagne ou le projet a (ou peut avoir) un effet d'entraînement au sein de votre secteur d'activité (compétiteurs ou collègues). (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

**C.** De quelle façon la campagne ou le projet peut-il (t-elle) avoir eu un impact positif sur les habitudes alimentaires de sa cible et/ou de la population? (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

#### **IV. LES DÉFIS**

**A.** Quels défis spécifiques liés à l'adoption de meilleures habitudes alimentaires avez-vous rencontrés ou repérés lors du développement ou de la diffusion de la campagne ou du projet? (maximum 100 mots)  
**(3 points)**

**B.** Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles? (maximum 200 mots)  
**(7 points)**

#### **V. ÉVALUATION**

**A.** Quels étaient les indicateurs de performance utilisés pour évaluer l'atteinte de vos objectifs? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**

**B.** Est-ce que les objectifs de la campagne ou projet ont été atteints? Décrivez et étayez avec des données qualitatives et/ou quantitatives (ventes, statistiques, CPM, clics, impressions, sondages, revue de presse, etc.). (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

#### **VI. CULTURE D'ENTREPRISE**

Indépendamment du projet ou de la campagne soumis, démontrez que la culture de l'entreprise incarne le slogan Mieux manger, Mieux vivre et donc s'inscrit dans une philosophie d'alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie. (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

**TOTAL : 100 %**

## COMMUNICATIONS – LIVRE ET MAGAZINE

### I. IDENTIFICATION DE LA PUBLICATION (5 points)

- A. Titre de la publication
- B. Lectorat visé par la publication
- C. Date de publication
- D. Prix de la publication  
En dollars canadiens

### II. PRÉSENTATION DE LA PUBLICATION

- A. Quel aspect d'une saine alimentation est valorisé par la publication? (maximum 200 mots)  
**(15 points)**
- B. Résumez brièvement le contenu de la publication. (maximum 200 mots)  
**(10 points)**
- C. Décrivez l'approche visuelle de la publication et indiquez comment elle met en valeur l'adoption d'une meilleure alimentation. Expliquez. (maximum 100 mots)  
**(5 points)**

### III. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DES HABITUDES ALIMENTAIRES

- A. Décrivez en quoi la publication a (ou peut avoir) un effet d'entraînement positif auprès de d'autres auteurs et/ou maisons d'édition concernant la promotion d'une meilleure alimentation. (maximum 100 mots)  
**(20 points)**
- B. De quelle façon la publication peut-elle avoir un impact positif sur les habitudes alimentaires du lectorat ? (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

### IV. LES DÉFIS

- A. Quels défis spécifiques liés à l'adoption de meilleures habitudes alimentaires avez-vous rencontrés lors de l'écriture ou de la promotion de la publication? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**
- B. Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles? (maximum 200 mots)  
**(10 points)**

### V. ÉVALUATION

- A. Quels étaient les indicateurs de succès utilisés pour évaluer l'atteinte de vos objectifs? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**

**B.** Est-ce que vos objectifs ont été atteints? Décrivez et étayez avec des données qualitatives et quantitatives (ventes, revue de presse, etc.). (maximum 100 mots)  
**(10 points)**

#### **VI. PHILOSOPHIE DE L'AUTEUR**

Sans tenir compte de la publication soumise à ce concours, expliquez en quoi la philosophie alimentaire de l'auteur fait la promotion d'une alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie? (maximum 100 mots – **5 points**)

**TOTAL : 100 %**

## PROJETS

### I. IDENTIFICATION DU PROJET (5 POINTS\*)

\*Les 5 points sont accordés si vous répondez à toutes les questions. En omettant une réponse, le jury vous attribuera un pointage de zéro pour cette section.

A. Titre du projet

B. À quel segment de la population s'adresse le projet soumis? (sexe, âge, mode de vie, statut) \*

C. Description brève du projet (maximum 50 mots) \*

D. Date de début du projet

E. Date de fin du projet (s'il y a lieu)

F. Coût de l'accès ou de l'inscription pour l'utilisateur, s'il y a lieu  
En dollars canadiens

### II. PRÉSENTATION DU PROJET

A. Décrivez le contexte, l'objectif et les enjeux du projet. (maximum 300 mots)  
**(10 points)**

B. Quels sont les stratégies, les moyens et les outils utilisés pour atteindre l'objectif du projet ? Décrivez. (maximum 300 mots)  
**(10 points)**

C. Quel aspect d'une saine alimentation est valorisé par le projet? (maximum 100 mots)  
**(5 points)**

### III. LEADERSHIP ET AMÉLIORATION DES HABITUDES ALIMENTAIRES

A. De quelle façon le projet soumis représente-t-il un exemple pour votre secteur d'activité et positionne-t-il votre organisation comme un leader en matière d'amélioration des habitudes alimentaires? Décrivez. (maximum 200 mots)  
**(10 points)**

B. De quelle façon le projet peut-il avoir eu un impact positif sur les habitudes alimentaires de sa cible et/ou de la population? (maximum 200 mots)  
**(10 points)**

### IV. SAINE ALIMENTATION MULTIDIMENSIONNELLE

Décrire comment l'organisation valorise une saine alimentation multidimensionnelle par l'entremise du projet.

1. Dimension santé durable

En quoi le produit/menu ou l'entreprise participe au mieux-être de la communauté et contribue à long terme à la santé de la population (prévention et maintien du bien-être physique/mental/social)? (maximum 100 mots)

**(5 points)**



## 2. Dimension économique

En quoi le projet présente ou valorise une offre alimentaire saine à des prix accessibles ou avantageux en fonction de la cible visée afin d'aider la population à faire de meilleurs choix alimentaires? (maximum 75 mots)

**(5 points)**

## 3. Dimension socioculturelle

En quoi le projet s'inscrit dans une démarche de saine alimentation qui allie goût, plaisir et préférences culturelles à la table? Et en quoi le projet redonne-t-il à l'alimentation son importance culturelle et sociale (atmosphère conviviale, socialisation encouragée, famille, etc.)? . (maximum 75 mots)

**(5 points)**

## 4. Dimension accessibilité

En quoi le projet apporte ou encourage une offre alimentaire suffisante en matière de variété, de quantité et de qualité et rejoint géographiquement la clientèle cible (nourriture ou services accessibles)? (maximum 75 mots)

**(5 points)**

## V. LES DÉFIS

A. Quels défis spécifiques liés à l'adoption de meilleures habitudes alimentaires avez-vous rencontrés ou repérés lors du développement ou de la diffusion du projet ? (maximum 100 mots)

**(3 points)**

B. Comment les avez-vous relevés et quels efforts particuliers ont été déployés afin de surmonter ces obstacles? (maximum 100 mots)

**(7 points)**

## VI. CULTURE D'ENTREPRISE

Indépendamment du projet soumis, démontrez que la culture de l'entreprise incarne le slogan Mieux manger, Mieux vivre et donc s'inscrit dans une philosophie d'alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie. (maximum 100 mots)

**(10 points)**

## VI. ÉVALUATION

A. Décrivez les mesures utilisées ou prévues pour évaluer l'atteinte des objectifs et le succès du projet. (maximum 100 mots)

**(5 points)**

B. Est-ce que les objectifs du projet ont été atteints? Décrivez et étayez avec des données qualitatives et/ou quantitatives (maximum 100 mots – **5 points**)

**TOTAL : 100%**

## **LES PRIX**

---

### **Finalistes**

Les finalistes par catégorie reçoivent un certificat portant la mention Grands Prix DUX 2019 - Finaliste catégorie « X ».

Les finalistes ont la possibilité d'utiliser la mention **Grands Prix DUX 2018 – 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 2018 - 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 2019;
- 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 Programme DUX;

### **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 le Programme DUX 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 DUX
2. Envoyer des échantillons de produits pour des fins d'analyses par une firme externe mandatée par le Programme 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 au Programme DUX des maquettes visuelles de l'emballage avec le logo DUX pour approbation.
4. Suite à ces trois étapes, le Programme 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 l'ingrédience du produit.

#### **IMPORTANT**

8. Un produit qui change ultérieurement son ingrédience ne peut EN AUCUN CAS utiliser le logo du concours DUX. Le dit produit devra être soumis à nouveau aux membres du jury du concours 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.

#### **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 240  
[info@programmedux.com](mailto:info@programmedux.com)

Concours DUX  
615, rue Notre-Dame  
Saint-Lambert (Québec), J4P 2K8

Version du 20 août 2019