



CONCOURS LES **GRANDS PRIX DUX / MIEUX MANGER** DANS LE CADRE DES JOURNÉES DUX MIEUX MANGER, MIEUX VIVRE

QU'EST-CE QUE 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; comment répondre à ces enjeux sociétaux en tant qu'industrie? Voilà la grande question que se poseront les participants à l'occasion de l'édition 2021.

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 initiatives qui inspirent les Canadiens à Mieux manger, Mieux vivre.

Nouveauté !

Parce que l'alimentation n'est plus juste une histoire de contenu, mais aussi de contenant et de répercussions – tant sur notre santé que celle de la planète – il allait de soi de rapprocher les Prix GAÏA, les Grands prix DUX et les conférences DUX+ dans une toute nouvelle formule : **Les journées MIEUX MANGER** (*les Grands Prix DUX*), **MIEUX VIVRE** (*Les Prix GAÏA*).

À l'occasion de deux journées où l'alimentation sera observée sous tous ses angles, 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.

Consultez notre [SITE INTERNET](#) pour obtenir toutes les informations sur l'événement complet

DATE ET LIEU DE L'ÉVÉNEMENT

Journée **MIEUX MANGER** : Le gala des Grands Prix DUX aura lieu à la fin du mois de janvier 2021.

COVID-19 : Pour cette édition, Les Journées DUX Mieux Manger, Mieux Vivre s'ajusteront 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 (virtuel ou non) 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 encourageant 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 2021 et le 31 octobre 2021**.

COMMENT SOUMETTRE UNE CANDIDATURE?

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

1. Pré-inscription : Inscription au concours et paiement

Vous trouverez ce formulaire [ICI](#)

Les inscriptions se terminent le **08 novembre 2020 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 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 pré-inscription)
- 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 toutes ces annexes** dans un dossier **Google Drive partagé**. Vous **recevrez le lien de ce dossier**, personnalisé selon votre catégorie, dans le **courriel de confirmation lors de votre préinscription**.
- 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 **15 novembre 2020 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 les catégories PRODUITS (Transformateurs / Manufacturier) et COMMUNICATIONS (livre ou magazine), il faudra envoyer votre produit présenté. Les informations de livraison vous seront envoyées au courant de l'automne.

La quantité envoyée doit convenir à **20 dégustations individuelles** (sauf pour les livres, vous pouvez envoyer seulement **2-3** exemplaires).

La réception des produits doit se faire au **plus tard le 23 novembre 2020 avant 16h00**

EDIKOM DISTRIBUTION

Att : Josiane Simard

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 aux **Grands Prix DUX** sont établis selon le type d'entreprise

Types d'entreprise	TARIFS
Petit OBNL <i>(Moins de 1 million de chiffres d'affaires)</i>	120 \$ + taxes par candidature
Grand OBNL <i>(Plus de 1 million de chiffres d'affaires)</i>	420 \$ + taxes par candidature
Institution gouvernementale <i>(Établissements d'enseignement, hôpitaux, etc.)</i>	120 \$ + taxes par candidature
Entreprise en démarrage <i>(En affaires depuis trois ans ou moins)</i>	210 \$ + taxes par candidature
Petite et moyenne entreprise	420 \$ + taxes par candidature
Grande entreprise	840 \$ + 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

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 au jury.

La liste des membres du jury est disponible en ligne sur <https://programmedux.com/fr/jmmm/v/concours-grands-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, un jury consommateur est créée. Il est constitué d'une dizaine de gens du public qui évaluent toutes les candidatures reçues, 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 2020 au 15 janvier 2021**. 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 (4 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

Quatre grandes catégories sont maintenant disponibles

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 sa catégorie et ensuite d'identifier selon :

1. Son type candidature (type de produit ou d'initiative)
2. La taille de son entreprise

1. Catégorie 1 Mieux Manger : PRODUITS

Définition : produits transformés, emballés et distribués en magasin qui améliorent l'offre alimentaire.

1.2. Type de produit :

1.2.2. GARDE-MANGER

Produits d'épicerie

- a) Ingrédients pour cuisson et préparation (farine, bouillon, etc.)
- b) Pâtes, riz et dérivés
- c) Aliments en conserves et pots
- d) Condiments, épices, huiles, vinaigres, vinaigrettes et sauces
- e) Miels, sirops, tartinades, confitures
- f) Collations sucrées/salées, barres, céréales
- g) Cafés, thés, boissons chaudes
- h) Jus et boissons non réfrigérés

Boulangerie

- a) Pains
- b) Pâtisseries, biscuits

1.2.3. FRIGO

Produits laitiers

- a) Laits, crèmes, beurres, margarines
- b) Yogourts, fromages, desserts laitiers

Boissons

- a) Jus, prêts à boire et boissons froides
- b) Bières, cidres et vins

Fruits et légumes

- a) Fruits/légumes et salades préemballées

Protéines

- a) Viandes
- b) Poissons
- c) Substituts (tofu, tempeh, légumineuses, noix, etc.)
- d) Œufs, préparation à base d'œufs

Prêt à manger

- a) Plats prêts à manger/réchauffer (à base de viandes, volailles, poissons)
- b) Charcuteries
- c) Plats prêts à manger/réchauffer (substituts végétariens)

1.2.3. CONGÉLATEUR

Surgelés :

- a) Ingrédients, produits bruts, fruits, légumes
- b) Repas prêts à manger/réchauffer et plats d'accompagnements
- c) Crèmes glacées, desserts glacés

2. Catégorie 2 Mieux Manger : PLATS -MENUS

Définition : plats ou menus préparés et servis cuisinés (restaurants, cafétéria, cuisine communautaire, etc.) qui améliorent l'offre alimentaire.

2.2 Plats/ menus qui contribuent à l'amélioration de l'offre alimentaire (consommation sur place)

3. Catégorie 3 Mieux Manger : INITIATIVES EN COMMUNICATION ET ÉDUCATION

Définition : Initiatives de communication en format papier ou électronique /média ou d'éducation sous forme de programme, d'activité ou de ressource, mises à la disposition du consommateur, et qui améliore l'offre alimentaire et la rend plus accessible

3.2 Types d'initiatives :

- 3.2.2 Livres
- 3.2.3 Magazines et éditions thématiques
- 3.2.4 Site web ou application mobile
- 3.2.5 Campagne publicitaire
- 3.2.6 Émissions de télévision ou de radio
- 3.2.7 Programme ou formation

4. **Catégorie 4 Manger Mieux : INITIATIVES EN ACCESSIBILITÉ de L'OFFRE ALIMENTAIRE**

Définition : Initiatives de mise à la disposition du consommateur de projets ou de produits qui améliorent l'offre alimentaire et la rend plus accessible (jardins communautaires, menus d'hôpitaux ou en entreprises, services en ligne)

4.2. **Types d'initiatives :**

- 4.2.2 Projet de saine alimentaire en entreprise et en institution
- 4.2.3 Marchés ou épiceries en ligne et livraison de produits (ou à emporter)
- 4.2.4 Service de boîtes repas ou plats : commande en ligne et livraison (ou à emporter)
- 4.2.5 Vente de produits non transformés (fruits et légumes, œufs, viande, etc.) avec service de commande en ligne, ou de livraison, ou à emporter

5. **Catégorie 5 Mieux Manger : EN ÉBULLITION**

Définition : Produit ou initiative qui seront lancés entre le 31 janvier et le 31 décembre 2021.

- 5.1 Produits
- 5.2 Plats / Menu
- 5.3 Initiatives en communication et éducation
- 5.4 Initiatives en accessibilité de l'offre 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**. Ci-dessous, vous pouvez consulter chacune de ces grilles.

GRILE D'ÉVALUATION
Catégorie 1 : PRODUITS
(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/PRODUITS)

Critère 1 : L'amélioration de l'offre alimentaire

Les membres du jury analyseront ce critère en prenant en considération que ce dernier englobe les produits facilitateurs et les produits à valeur ajoutée (catégories Dux produit de 2020), soit l'amélioration de l'offre alimentaire sous toutes ses dimensions (biologiques, socio-culturelles, économique, sécurité alimentaire et développement durable)

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description du produit 10%

- 1-1-A : Titre ou nom du produit
- 1-1-B : Description du produit
- 1-1-C : Liste des ingrédients et valeurs nutritionnelles
- 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)

1-2 : Amélioration de l'offre alimentaire 60%

1-2-1 : Dimension biologique : Valeurs nutritives 25%

- A. Aliment de bonne qualité nutritive (sel sucre et gras trans < 15% de la VQ et fibres > 8% de la VQ)
- B. Ingrédients 100% naturels.
- C. Réduction du niveau de sel, de sucre ou de gras trans (vs votre ancien produit ou la catégorie)
- D. Retrait partiel ou total d'additifs alimentaires
- E. Apport en protéines
- F. Apport en vitamines et minéraux
- G. Réduction du nombre d'ingrédients

1-2-2 : Dimension socio culturelle du produit 10%

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

1-2-3 : Dimension économique 15%

- A. Accessibilité prix du produit (égal ou inférieur au marché)
- B. Nombre d'employés ayant contribué à la fabrication du produit
- C. Contribution à l'économie locale

1-2-4 : Dimension sécurité alimentaire et accessibilité du produit 5%

- A. Augmentation de la diffusion au Québec
- B. Augmentation des variétés disponibles
- C. Augmentation du contrôle qualité et la conservation

1-2-5 : Dimension développement durable du produit 5%

- A. Augmentation de l'utilisation de matières premières locales
- B. Réduction du poids de l'emballage ou augmentation de la recyclabilité
- C. Augmentation de la durée de vie du produit

1-3 : Culture et valeurs de l'entreprise pour véhiculer la saine alimentation 10%

- 1-3-A. Niveau de transparence sur la communication produit
- 1-3-B. Valeurs d'entreprises partagées en interne
- 1-3-C. Valeurs d'entreprise partagées à l'externe et effet d'entraînement

Critère 2 : Le goût 20%

SOUS-CRITÈRES :

2.1 Indiquez les résultats de tests de goût interne ou externe du produit (fournis par le candidat) 5%

Les candidats n'ont pas à remplir les questions suivantes, elles sont répondues par les membres du jury seulement :

- 2.2 Évaluation du gout (niveau de sucre, degré d'amertume, d'acidité)
- 2.3 Évaluation de l'aspect et de la texture
- 2.4 Évaluation de la couleur
- 2.5 Évaluation de l'odeur

GRILE D'ÉVALUATION
Catégorie 2 Mangez Mieux : Plats / Menus
(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/PLATS-MENUS)

Critère 1 : L'amélioration de l'offre alimentaire

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification du plat ou du menu 10%

- 1-1-A : Titre ou nom du plat ou du menu
- 1-1-B : Description du plat ou du menu
- 1-1-C : Liste des ingrédients et valeurs nutritionnelles de chacun des plats
- 1-1-D : Clientèle visée
- 1-1-E : Date de mise à la carte du plat ou du menu
- 1-1-F : Prix du plat ou détails des prix sur le menu
- 1-1-G : Niveau de clientèle (nombre de clients par jour en moyenne)

1-2 : Amélioration de l'offre alimentaire 60%

1-2-1 : Dimension biologique : Valeurs nutritives 25%

- A. Aliment de bonne qualité nutritive (sel sucre et gras trans < 15% de la VQ et fibres > 8% de la VQ)
- B. Ingrédients 100% naturels
- C. Réduction du niveau de sel, de sucre ou de gras trans (vs votre ancien produit ou la catégorie)
- D. Retrait partiel ou total d'additifs alimentaires
- E. Apport en protéines
- F. Apport en vitamines et minéraux
- G. Réduction du nombre d'ingrédients

1-2-2 : Dimension socio culturelle du plat ou menu 10%

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

1-2-3 : Dimension économique 15%

- A. Accessibilité prix du plat ou menu (égal ou inférieur au marché)
- B. Nombre d'employés du restaurant
- C. Contribution à l'économie locale

1-2-4 : Dimension sécurité alimentaire et accessibilité plat ou menu 5%

- A. Augmentation du nombre de plats servis
- B. Augmentation des variétés disponibles
- C. Augmentation du contrôle qualité et de la salubrité du restaurant

1-2-5 : Dimension développement durable du plat ou menu 5%

- A. Augmentation d'utilisation de matières premières locales
- B. Réduction des pertes de matières premières et de plat
- C. Augmentation de la durée de vie du produit

1-3 : Culture et valeurs de l'entreprise pour véhiculer la saine alimentation : 10%

- 1-3-A. Niveau de transparence sur la communication de la confection des plats /menus
- 1-3-B. Valeurs d'entreprises partagées en interne
- 1-3-C. Valeurs d'entreprise partagées à l'externe et effet d'entraînement

Critère 2 : Le goût 20%

SOUS-CRITÈRES :

2.1 Indiquez les résultats de d'évaluation du restaurant : par des experts externes, articles de journaux, note consommateur, TripAdvisor, tests de goût interne ou externe (fournis par le candidat) 5%

Les candidats n'ont pas à remplir les questions suivantes, elles sont répondues par les membres du jury seulement :

- 2.2 Évaluation du gout (niveau de sucre, degré d'amertume, d'acidité)
- 2.3 Évaluation de l'aspect et de la texture
- 2.4 Évaluation de la couleur
- 2.5 Évaluation de l'odeur

GRILE D'ÉVALUATION

Catégorie 3 : INITIATIVES EN COMMUNICATION ET ÉDUCATION

(Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/COMMUNICATION ET ÉDUCATION)

Critère 1 : L'amélioration de l'offre alimentaire

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de l'initiative 10%

- 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 : Amélioration de la saine alimentation 65%

1-2-1 : Dimension biologique 20%

L'information la compréhension et la promotion de la qualité des valeurs nutritives de l'initiative

- A. Aliment de bonne qualité nutritive (sel sucre et gras trans < 15% de la VQ et fibres > 8% de la VQ)
- B. Les ingrédients et la naturalité des ingrédients
- C. L'importance de la réduction du sel, du sucre et des gras trans dans l'alimentation
- D. Retrait partiel ou total d'additifs alimentaires
- E. Les apports en protéines en vitamines et minéraux

1-2-2 : Dimension socio culturelle 10%

Réponse de l'initiative à un besoin des consommateurs d'information et de connaissance ou apprentissage de la saine alimentation

- A. Les nouvelles tendances en alimentation (recettes, expériences)
- B. La consommation de la saine alimentation dans d'autres occasions
- C. Sur les portions adaptées aux besoins du consommateur
- D. L'encouragement à la convivialité des repas

1-2-3 : Dimension économique 10%

- A. Prise en compte de la dimension prix dans la communication de l'initiative
- B. Contribution à l'économie locale de l'initiative

1-2-4 : Dimension sécurité alimentaire et accessibilité 5%

- A. Niveau de diffusion de l'initiative au Québec
- B. Sensibilité à la sécurité alimentaire de l'initiative

1-2-5 : Dimension développement durable 5%

- A. Communication sur la réduction de l'empreinte écologique de la consommation alimentaire dans l'initiative

1-3 : Culture et valeurs de l'entreprise pour véhiculer la saine alimentation 15%

- 1-3-A. Niveau de transparence sur la communication de l'initiative
- 1-3-B. Valeurs d'entreprises partagées en interne
- 1-3-C. Valeurs d'entreprise partagées à l'externe et effet d'entraînement

Critère 2 : Le niveau d'attrance de l'initiative 25%

SOUS-CRITÈRES :

- 2.1 : La qualité de production de l'initiative
- 2.2 : L'originalité et l'impact
- 2.3 : La clarté du message
- 2.4 : La portée du message

GRILE D'ÉVALUATION

Catégorie 4 : INITIATIVES EN ACCESSIBILITÉ de L'OFFRE ALIMENTAIRE (Inclut la catégorie EN ÉBULLITION/ACCESSIBILITÉ DE L'OFFRE ALIMENTAIRE)

Critère 1 : L'amélioration de l'offre alimentaire

SOUS-CRITÈRES :

1-1 : Identification et description de l'initiative 10%

- 1-1-A : Nom 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)
- 1-1-E : Nombre de clients distribués
- 1-1-F : Description du service offert

1-2 : Amélioration de la saine alimentation 60%

1-2-1 : Dimension biologique : Valeurs nutritives 20%

- A. Aliment de bonne qualité nutritive (sel sucre et gras trans <15% de la VQ et fibres >8% de la VQ)
- B. Ingrédients 100% naturels
- C. Réduction du niveau de sel, de sucre ou de gras trans (vs votre ancien produit ou la catégorie)
- D. Retrait partiel ou total d'additifs alimentaires
- E. Apport en protéines
- F. Apport en vitamines et minéraux
- G. Réduction du nombre d'ingrédients

1-2-2 : Dimension socio culturelle de l'initiative 10%

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

1-2-3 : Dimension économique 20%

- A. Accessibilité prix de l'initiative et du service (égal ou inférieur au marché)
- B. Nombre d'employés de l'initiative
- C. Contribution à l'économie locale

1-2-4 : Dimension sécurité alimentaire et accessibilité de l'initiative 5%

- A. Augmentation du nombre de produits, plats ou autres distribués
- B. Augmentation des variétés disponibles sur le marché
- C. Augmentation de la rapidité d'accès à l'offre

1-2-5 : Dimension développement durable de l'initiative 5%

- A. Augmentation d'utilisation de matières premières locales
- B. Réduction des coûts de distribution
- C. Réduction du niveau d'emballage et de sur emballage

1-3 : Culture et valeurs de l'entreprise pour véhiculer la saine alimentation : 10%

- 1-3-A. Niveau de transparence sur la communication
- 1-3-B. Valeurs d'entreprises partagées en interne
- 1-3-C. Valeurs d'entreprise partagées à l'externe et effet d'entraînement

Critère 2 : Le niveau de service de l'initiative 20%

SOUS-CRITÈRES :

- 2.1 : Le niveau rapidité de l'initiative (temps entre commande et livraison)
- 2.2 : Le taux de service et de satisfaction (suivi des erreurs et des plaintes)
- 2.3 : L'originalité et la valeur ajoutée du service
- 2.4 : La portée du service : (nombre de clients)

À GAGNER

Finalistes :

Tous les finalistes de la **catégorie PRODUITS** auront une **intégration gratuite** au [Marché DUX](#), le nouveau marché en ligne de DUX qui a été mis en place au printemps 2020.

Les finalistes par catégorie reçoivent un certificat portant la mention Grands Prix DUX 2021 - Finaliste catégorie « X ».

Les finalistes ont la possibilité d'utiliser la mention **Grands Prix DUX 2021 – 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 2021 - 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 2021
- 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

Un **prix DUX GOÛT** (basé uniquement sur le critère 2 de la grille d'évaluation) sera attribué dans chaque grande catégorie

NOUVEAUTÉ !!

Cette année, avec la fusion de nos 2 concours (Les Grands Prix DUX et Les Prix GAÏA) dans le cadre des Journées DUX Mieux Manger, Mieux Vivre, nous sommes heureux de vous annoncer **la création du prix :**

DUX MIEUX MANGER, MIEUX VIVRE

Ce prix prestigieux récompensera les trois participants qui auront cumulé le plus de points dans le total des deux concours auprès de nos jurys d'experts et de consommateurs pour le produit ou l'initiative qu'ils présenteront à cette occasion.

Nous vous invitons donc à inscrire votre produit et son contenant ou votre initiative et son processus aux 2 concours pour courir la chance de vous classer parmi les 3 entreprises qui représentent le plus la mission du Mieux Manger, Mieux Vivre de DUX.

En plus d'être une reconnaissance importante, cette distinction vous permettra une visibilité importante auprès des consommateurs, toujours à la recherche des meilleurs produits disponibles.

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 LES GRANDS PRIX DUX 2021
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 l'ingrédience du produit.

IMPORTANT

8. Un produit qui change ultérieurement son ingrédience 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

dux@edikom.ca

615, rue Notre-Dame

Saint-Lambert (Québec), J4P 2K8