

# Regulamin konkursu “e-Commerce Polska awards 2022”

## §1

### Definicje

W niniejszym regulaminie konkursu „e-Commerce Polska awards 2022”, zwanym dalej „Regulaminem”, pod poniższymi pojęciami należy rozumieć:

1. Organizator – Izba Gospodarki Elektronicznej z siedzibą w Warszawie (00-845), przy ul. Łucka 18 lok. 76, wpisana do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej oraz do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000474028, o numerze NIP: 701-039-19-22.
2. Konkurs – konkurs prowadzony na podstawie Regulaminu pod nazwą „e-Commerce Polska awards 2022”.
3. Członkowie Jury – osoby wybrane przez Organizatora, których wiedza i doświadczenie w zakresie handlu internetowego pozwala na ocenę Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu.
4. Uczestnicy – podmioty, które zgłosiły się albo zostały zgłoszone do udziału w Konkursie.
5. Mały Podmiot – sklep lub inny podmiot prowadzący działalność e-commerce, którego przychody z działalności gospodarczej za 2021 r. nie przekroczyły 750 000 zł.
6. Średni i Duży Podmiot – sklep lub inny podmiot prowadzący działalność e-commerce, którego przychody z działalności gospodarczej za 2021 r. były równe lub przekroczyły 750 000 zł.
7. Bank – osoba prawna zdefiniowana w art. 2 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku Prawo bankowe (Dz. U. 2021.2439).
8. Zakład Ubezpieczeń – przedsiębiorca w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2021.162), który uzyskał zezwolenie na wykonywanie działalności ubezpieczeniowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
9. System Płatności Cyfrowych – podmiot oferujący rozwiązania umożliwiające płatności on-line, płatności mobilne itp.
10. E-usługi – podmioty oferujące narzędzia dla podmiotów prowadzących Działalność e-commerce.
11. Podmioty Finansowe – Banki, Zakłady Ubezpieczeń, Systemy Płatności Cyfrowych.
12. Działalność e-commerce – działalność gospodarcza polegająca na handlu internetowym, tj. sprzedaży towarów lub usług bez jednoczesnej obecności stron za pomocą stron www lub platform

internetowych, prowadzona na terytorium Polski. Do Działalności e-commerce zaliczana jest również działalność w zakresie usług internetowych Podmiotów Finansowych oraz działalność E-usług.

13. Grupy – poszczególne grupy, do których przynależą Uczestnicy w ramach Konkursu na podstawie kryteriów podmiotowych zdefiniowanych w ramach danej grupy, tj.: Grupa Małych Podmiotów, Grupa Średnich i Dużych Podmiotów, Grupa Podmiotów Finansowych, Grupa E-usługi.

14. Agencja – podmiot świadczący usługi marketingowe, PR, informatyczne lub inne na rzecz Uczestnika, upoważniony do dokonania w imieniu Uczestnika zgłoszenia uczestnictwa w Konkursie.

15. Nagroda – statuetka i tytuł Laureata Nagrody „e-Commerce Polska awards 2022”, przyznawane Laureatowi w danej Kategorii Konkursu w danej Grupie.

16. Laureat – Uczestnik, który wygrał Konkurs w danej Kategorii w danej Grupie.

17. Nominowani Uczestnicy – maksymalnie pięciu Uczestników w danej Kategorii w danej Grupie, którzy w wyniku głosowania przez Członków Jury otrzymali w niej najwyższą średnią liczbę punktów.

18. Kategoria – określona kategoria Konkursu, wskazana w § 3 ust. 9 Regulaminu.

19. Strona Konkursu – strona internetowa o adresie URL <http://ecpawards.pl/>

20. Gala – Gala wręczenia Nagród: e-Commerce Polska awards 2022, która odbędzie się w dniu określonym w § 2 ust. 1 lit. f) Regulaminu, w miejscu podanym przez Organizatora z odpowiednim wyprzedzeniem przez zamieszczenie informacji na Stronie Konkursu.

21. Prezentacja – integralny element zgłoszenia, załączany przez Uczestnika do formularza zgłoszeniowego, na podstawie którego Jury dokonuje oceny Uczestnika. Wymagana forma i treść Prezentacji zostały określone w § 3 Regulaminu.

## § 2

### Harmonogram Konkursu

1. Konkurs będzie przeprowadzony w następujących etapach:

a) Etap I (10.05.2022 - 27.06.2022) – zgłoszenia Uczestników,

b) Etap II (28.06.2022 - 13.07.2022) – preselekcja zgłoszeń,

c) Etap III (11.08.2022 - 22.08.2022) – głosowanie Członków Jury: ocena Uczestników przez Członków Jury w poszczególnych Kategoriach Konkursu w poszczególnych Grupach,

d) Etap IV (23.08.2022 - 26.08.2022) – audyt wyników Konkursu,

e) Etap V (29.08.2022) – ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu w każdej Grupie,

f) Etap VI (22.09.2022) – Gala wręczenia Nagród.

2. Organizator jest uprawniony do zmiany terminów, o których mowa w ust. 1 powyżej oraz miejsca Gali, za uprzednim poinformowaniem Uczestników i Członków Jury z odpowiednim, tj. co najmniej 3-dniowym wyprzedzeniem.

### § 3

## Zgłoszenia do Konkursu

1. Zgłoszenie Uczestnika wymaga dokonania następujących czynności w okresie przyjmowania zgłoszeń:

- a) wypełnienia formularza zgłoszeniowego, dostępnego na Stronie Konkursu, zgodnie z podaną w nim instrukcją;
- b) załączenia do formularza zgłoszeniowego Prezentacji zgodnej z ust. 15 poniżej;
- c) akceptacji treści Regulaminu, która następuje poprzez zaznaczenie odpowiedniego pola na stosownej podstronie;
- d) uiszczenia opłaty za uczestnictwo w Konkursie zgodnie z postanowieniami Regulaminu.

2. Do Konkursu może zgłosić się albo zostać zgłoszony każdy podmiot prowadzący Działalność e-commerce. Przedmiotem zgłoszenia może być Działalność e-commerce prowadzona przez Uczestnika i obejmująca okres od 1 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

3. W zgłoszeniu należy zadeklarować, do której Grupy podmiotów należy Uczestnik, przy czym, zgłaszający jest zobowiązany do złożenia tej deklaracji zgodnie z przesłankami określonymi w definicjach Małego Podmiotu, Średniego i Dużego Podmiotu, Podmiotu Finansowego i E-usługi zawartych w Regulaminie. Uczestnik realizujący przesłanki Podmiotu Finansowego lub E-usługi nie może zostać zgłoszony w Grupie Małego Podmiotu albo Grupy Średniego i Dużego podmiotu. Organizator zastrzega sobie prawo do weryfikacji zgodności tej deklaracji ze stanem faktycznym na każdym etapie Konkursu. Uczestnik może zadeklarować swój udział tylko w jednej Grupie bez względu na ilość dokonywanych zgłoszeń.

4. Zgłoszenie musi zawierać nazwę zgłaszanego produktu lub usługi oraz uwzględniać wskazanie, w ramach której Grupy oraz w której Kategorii produkt lub usługa zostają zgłoszone. Możliwe jest dokonanie w obrębie danej Grupy zgłoszenia produktu lub usługi w więcej niż 1 Kategorii, przy czym za każde takie zgłoszenie należna jest opłata w wysokości wynikającej z Regulaminu. W przypadku chęci zmiany zgłoszenia należy się kontaktować indywidualnie z biurem organizacyjnym Konkursu, najpóźniej na 5 dni przed zakończeniem Etapu I Konkursu. Zgłoszenie nie może być zmienione po zakończeniu Etapu II Konkursu.

5. Z zastrzeżeniem ust. 6a poniżej, dla podmiotów będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu oraz dla podmiotów niebędących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu zgłoszenie do Konkursu jest płatne w wysokości wskazanej w ust. 7 poniżej.

6. Zgłoszenia Uczestnika może dokonać Agencja. Uczestnicy zgłoszeni do Konkursu przez Agencję mają obowiązek uiszczenia opłaty za zgłoszenie. W przypadku zgłoszenia do Konkursu przez Agencję, opłata za udział w Konkursie wynikająca z ust. 7 poniżej naliczana jest podwójnie za każdą Kategorię w odniesieniu do każdego Uczestnika, co odpowiada opłacie wnoszonej zarówno przez Uczestnika, jak i zgłaszającej go Agencji.

6a. Uczestnik może zostać zaproszony do Konkursu przez Organizatora. Uczestnicy zaproszeni do Konkursu przez Organizatora nie mają obowiązku uiszczenia opłaty za zgłoszenie.

7. Uczestnicy, którzy zgodnie z ust. 5 i 6 powyżej, są zobowiązani do uiszczenia opłaty za zgłoszenie, mają obowiązek jej zapłaty w następującej kwocie:

a) członkowie i partnerzy Organizatora w rozumieniu jego statutu:

- Małe Podmioty w kwocie 299 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- Średnie i Duże Podmioty - w kwocie 799 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii. W przypadku dokonania powyżej 5 zgłoszeń, zgodnie z § 3 ust. 1 Regulaminu, w terminie do 27.05.2022, obowiązuje opłata w kwocie 599 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- Banki, Zakłady Ubezpieczeń, Systemy Płatności Cyfrowych - w kwocie 799 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- E-usługi w kwocie - w kwocie 799 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii. W przypadku dokonania powyżej 5 zgłoszeń, zgodnie z § 3 ust. 1 Regulaminu, w terminie do 27.05.2022, obowiązuje opłata w kwocie 599 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,

b) Uczestnicy, którzy nie mają statusu członków lub partnerów Organizatora w rozumieniu statutu Organizatora:

- Małe Podmioty - w kwocie 499 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii. W przypadku dokonania powyżej 5 zgłoszeń, zgodnie z § 3 ust. 1 Regulaminu, w terminie do 27.05.2022, obowiązuje opłata w kwocie 999 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- Średnie i Duże Podmioty - w kwocie 1899 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii. W przypadku dokonania powyżej 5 zgłoszeń, zgodnie z § 3 ust. 1 Regulaminu, w terminie do 27.05.2022, obowiązuje opłata w kwocie 1699 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- Banki i Zakłady Ubezpieczeń, Systemy Płatności Cyfrowych - w kwocie 1899 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii,
- E-usługi - w kwocie 1899 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii. W przypadku dokonania powyżej 5 zgłoszeń, zgodnie z § 3 ust. 1 Regulaminu, w terminie do 27.05.2022, obowiązuje opłata w kwocie 1699 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii.

8. Powyższe kwoty powiększone o podatek VAT należy wpłacać na rachunek bankowy Organizatora prowadzony przez Bank (PKO BP SA Oddział 1 w Warszawie) o numerze 79 1020 1013 0000 0302 0291 6963.

9. Uczestnicy mogą zgłaszać się lub być zgłaszani do Konkursu w następujących Kategoriach:

a) **Kategorie dla Małych oraz Średnich i Dużych Podmiotów prowadzących e-sprzedaż:**

- **Design & Usability (Design roku)** – nagroda przyznawana jest za najbardziej estetyczną, przejrzystą, funkcjonalną i przyjazną klientowi stronę WWW, która rozpoczęła funkcjonowanie w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best campaign (Pomysł promocyjny roku)** – nagroda przyznawana jest za najlepszy pomysł promocyjny e-sklepu przeprowadzony w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best in omnichannel** - nagroda przyznawana jest dla Uczestnika, który w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r. najsprawniej realizował sprzedaż wielokanałową. Mowa tu także o podmiotach, nie posiadających sklepu online bezpośrednio, jednakże korzystających z narzędzi i technologii cyfrowych pośredniczących i umożliwiających sprzedaż poprzez kanały cyfrowe, np. poprzez aplikacje, platformy internetowe lub sklepy bezobsługowe wykorzystujące technologie i płatności cyfrowe.
- **Best on mobile** - nagroda przyznawana jest dla najbardziej estetycznej i wygodnej w obsłudze strony bądź aplikacji dedykowanej na urządzenia mobilne, wdrożonych lub zaktualizowanych w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best in crossborder** - nagroda przyznawana jest za najlepszą obsługę zamówień wysyłanych za granicę w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best in e-commerce B2B** - nagroda przyznawana jest za najlepsze wdrożenia w obszarze cyfrowego B2B wprowadzone w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r. Do tej kategorii mogą zgłosić się podmioty działające tylko w modelu B2B lub prowadzące działania e-commerce zarówno w modelu B2B jak i B2C (w przypadku podwójnego modelu działania brane są pod uwagę tylko dane z obszaru B2B e-commerce)
- **Best e-commerce retailer** - nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze i najpłynniejsze przejście podmiotów działających w retail do sprzedaży e-commerce. Działania rozpoczynające lub usprawniające już prowadzone działania e-commerce powinny być wprowadzane w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best in CSR** - nagroda przyznawana jest za najlepsze działania e-sklepu w obszarze CSR i szeroko pojętej społecznej odpowiedzialności biznesu w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best adaptation to new digital reality B2C** - nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze i najpłynniejsze dostosowanie się do nowej rzeczywistości cyfrowej podczas okresu pandemii COVID-19. Może to być wejście w sprzedaż e-commerce, ale także rozwój już działającego kanału e-commerce czy omnichannel o: model click&collect, nowe formy dostawy, nowe systemy rezerwacji, zamówienia czy zakupu, one day delivery, nowe technologie, aplikacje i inne działania stanowiące rozwój oferty i możliwości e-sklepu. Działania rozpoczynające lub usprawniające już prowadzone działania e-commerce powinny być wprowadzane w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

- **Best adaptation to new digital reality B2B** - nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze i najpłynniejsze dostosowanie się do nowej rzeczywistości cyfrowej podczas okresu pandemii COVID-19. Może to być wejście w sprzedaż e-commerce, ale także rozwój już działającego kanału e-commerce czy omnichannel o: model click&collect, nowe formy dostawy, nowe systemy rezerwacji, zamówienia czy zakupu, one day delivery, nowe technologie, aplikacje i inne działania stanowiące rozwój oferty i możliwości e-sklepu. Działania rozpoczynające lub usprawniające już prowadzone działania e-commerce powinny być wprowadzane w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best innovator in e-commerce** – nagroda przyznawana jest za wdrażanie nowych modeli biznesowych, nowych technologii i innowacyjnych rozwiązań wspierających sprzedaż, funkcjonowanie sklepu e-commerce lub działań omnichannel w okresie od 01 maja 2021r. do 30 kwietnia 2022 r. Mowa tu o takich technologiach/narzędziach jak: NFT, metaverse, VR, voice commerce, bitcoin, AI i wszelkich innych innowacjach, nie zawsze związanych z nowymi technologiami. Ocenie poddawana jest szczególnie zdolność do wdrażania innowacji, otwartość na nie, umiejętność dostrzegania możliwości w nowych rozwiązaniach, a także zdolność i możliwość testowania ich i stwarzania warunków do szerszej implementacji w biznes.
- **Best marketplace** – Kategoria obejmuje platformy sprzedażowe oferujące swoje usługi zarówno do rynku B2C jak i B2B. Nagroda przyznawana jest za możliwości, jakie daje platforma kupującym oraz sprzedającym, wdrażane innowacje, narzędzia mające na celu usprawnienie sprzedaży i zakupu poprzez platformę, modele biznesowe i rozwiązania wspierające sprzedaż wypracowane “In house”. Działania rozpoczynające lub usprawniające już prowadzone działania e-commerce powinny być wprowadzane w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best in social commerce** - Kategoria obejmuje wszelkie działania w obszarze rozwoju sprzedaży poprzez media społecznościowe, w szczególności Instagram, Facebook, Pinterest czy TikTok. Mowa tu szczególnie o takich działaniach, jak: uruchomienie sprzedaży bezpośrednio przez social media, live selling, wdrażanie nowych technologii (w tym AI) w obszarze komunikacji z konsumentem poprzez media społecznościowe czy współpraca z influencerami. Działania rozpoczynające lub usprawniające już prowadzone działania e-commerce powinny być wprowadzane w okresie od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

#### b) Kategorie dla E-usług

- **Best logistic tool** - nagroda przyznawana jest za najlepsze narzędzie z zakresu logistyki dla e-commerce. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r. Mowa tu także o usługach z zakresu magazynowania i fulfillmentu.
- **Best omnichannel tool/technology/service** - Kategoria skupia się tylko i wyłącznie na tych technologiach, usługach czy narzędziach, które usprawniają prowadzenie lub wprowadzanie działań omnichannel. Mogą być one wykorzystywane zarówno online jak i offline. W przypadku offline muszą one stanowić łącznik i wsparcie cyfrowe dwóch kanałów. Mowa tu np. o RFID, AI, inteligentnych półkach, sensorach, rozwiązaniach sklepów bezobsługowych, aplikacjach. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best automatization tool/technology in e-commerce** - nagroda przyznawana jest za najlepsze narzędzie/technologię/urządzenie wprowadzające automatyzację co najmniej 1 obszaru działania sprzedaży e-commerce, np. dokonywanie zakupów,

magazynowanie, logistykę, client service. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

- **Best e-commerce B2B tool/technology/service** - Kategoria skupia się tylko i wyłącznie na tych technologiach, usługach czy narzędziach, które usprawniają prowadzenie lub wprowadzanie działań B2B e-commerce. Mogą one dotyczyć rozwoju modelu biznesowego, platform technologicznych i innowacji oraz wszelkich innych działań wpływających na rozwój e-commerce B2B. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best cross-border tool/technology/service** - Kategoria skupia się tylko i wyłącznie na tych technologiach, usługach czy narzędziach, które usprawniają prowadzenie lub wprowadzanie działań cross-border e-commerce. Mowa tu np. płatnościach cyfrowych, usługach i narzędziach: IT, marketingowych, prawnych, logistycznych, magazynowych czy client service. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best tool for e-commerce** - nagroda przyznawana jest za najlepszy produkt lub najlepszą usługę, które w dowolny sposób wspierają i usprawniają działanie branży e-commerce. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

#### c) Kategorie dla Podmiotów finansowych

- **Best banking implementation (Najlepsza implementacja w sektorze bankowych usług cyfrowych)** - nagroda przyznawana jest za najciekawsze wdrożenie w sektorze cyfrowych usług bankowych oraz zastosowanie innowacyjnych technologii ułatwiających klientowi korzystanie z usług Banku. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best on-line insurer (Najbardziej cyfrowy ubezpieczyciel)** - nagroda przyznawana jest za najbardziej: wygodną, czytelną, użyteczną stronę internetową, dostosowaną do urządzeń mobilnych (lub udostępnienie aplikacji mobilnej) oraz zastosowanie innowacyjnych technologii ułatwiających klientowi korzystanie z usług Zakładu Ubezpieczeń. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Innovative e-payment solution (Innowacyjne rozwiązania płatności cyfrowych)** - nagroda przyznawana jest dla najbardziej innowacyjnego Systemu Płatności Cyfrowych, który jednocześnie będzie przyjazny dla użytkownika e-commerce, jak i dla klienta (płatnika). Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best buy now pay later solution** - Kategoria skupia się na narzędziach lub usługach odroczonej płatności. Ocenie podlegają technologia, usługi i korzyści dla e-sklepów oraz klientów, proces implementacji i wdrożenia oraz efektywność biznesowa. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.
- **Best cross-border e-payment solution** - Kategoria skupia się na narzędziach lub usługach płatności cyfrowych w obszarze cross-border e-commerce. Ocenie podlegają technologia, usługi i korzyści dla e-sklepów, proces implementacji i wdrożenia oraz efektywność biznesowa. Case studies z okresu od 01 maja 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r.

10. Organizator nie odpowiada za zgłoszenia niezgodne ze stanem faktycznym. W przypadku nieprawdziwości informacji podanej przez Uczestnika lub Agencję, Organizator uprawniony jest do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie. W przypadku takiej decyzji Organizatora, wniesiona opłata nie podlega zwrotowi. Odwołanie od takiej decyzji Organizatora nie przysługuje do żadnego organu Organizatora.

11. Zgłoszenia do Konkursu będą przyjmowane w okresie wskazanym w § 2 ust. 1 lit. a. Uczestnicy mogą być zgłaszani w dowolnej liczbie Kategorii w ramach swojej Grupy.

12. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia do Konkursu, jeśli byłoby ono niezgodne z prawem, zasadami współzycia społecznego, dobrymi obyczajami lub mogłoby naruszyć dobre imię Organizatora.

13. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia, jeśli zgłaszający nie uiścił opłaty zgłoszeniowej do 22.06.2022. W przypadku, gdy zgłoszenie wpłynie na ostatnie 5 dni przed upływem terminu do przyjmowania zgłoszeń, zgłaszający zobowiązany jest do przesłania potwierdzenia przelewu na adres: [konkurs@eizba.pl](mailto:konkurs@eizba.pl).

14. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia, jeżeli uczestnictwo w Konkursie mogłoby naruszać przepisy powszechnie obowiązującego prawa, ze szczególnym uwzględnieniem regulacji zakazujących reklamy. Jednocześnie Organizator nie ponosi wobec Uczestników lub Agencji odpowiedzialności, na żadnej podstawie, za naruszenie przez Uczestnika poprzez udział w Konkursie przepisów prawa, a w szczególności dotyczących ograniczeń lub zakazów reklamy.

15. Obowiązkowym elementem zgłoszenia jest załączenie Prezentacji sporządzonej w języku polskim, w formacie pdf. Prezentacja nie może składać się z większej liczby slajdów niż 15, jak również nie może zawierać linków kierujących do dodatkowych materiałów. Treść prezentacji powinna być dostosowana do kryteriów ocen zawartych w § 9. Uczestnik zobowiązany jest sporządzić Prezentację wyłącznie na podstawie szablonu udostępnionego przez Organizatora, dostępnego do pobrania w wersji edytowalnej na Stronie Konkursu. W sytuacji, w której zgłoszenia Uczestnika dokonuje Agencja, stosownie do odpowiednich pól udostępnionego szablonu, w Prezentacji uwzględnić należy zarówno Uczestnika, jak i Agencję.

16. Organizator ma prawo do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie na każdym etapie Konkursu w przypadku:

a) uzyskania lub powzięcia przez Organizatora informacji o możliwości popełnienia czynu zabronionego ustawą przez Uczestnika, w tym osoby pełniące funkcję kierowniczą w jednostce organizacyjnej Uczestnika lub pozostające z nią w stosunku zatrudnienia bez względu na formę prawną zatrudnienia;

b) rozpoczęcia przez Prezesa UOKiK lub inny właściwy organ postępowania w związku z możliwością naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub stosowanie praktyk niedozwolonych przez lub w ramach działań realizowanych przez Uczestnika bądź w związku z nimi;

c) wszczęcia postępowania cywilnego lub innego w związku z zarzutem popełnienia czynów nieuczciwej konkurencji przez Uczestnika lub w związku z jego działaniami lub zaniechaniami;

d) uzyskania lub powzięcia przez Organizatora informacji o możliwości naruszenia przez Uczestnika dobrych praktyk rynkowych lub innych branżowych kodeksów etycznych;

e) gdy przyznanie Nagrody lub Nominacji byłoby w ocenie Organizatora sprzeczne z zasadami współzycia społecznego, dobrymi obyczajami lub naruszało dobre imię Organizatora lub pozostałych Uczestników, renomę Konkursu, a także mogło negatywnie wpłynąć na wizerunek Nagrody;

Postanowienia niniejszego ustępu stosuje się także wprost do Agencji.



## Preselekcja zgłoszeń

1. Organizator przeprowadza preselekcję zgłoszeń weryfikując formalną poprawność zgłoszenia, w tym jego zgodność z Regulaminem. W szczególności, Organizator jest uprawniony do badania:

- a. czy Uczestnik prowadzi Działalność e-commerce oraz czy Działalność e-commerce obejmuje okres, o którym mowa w § 3 ust. 2 Regulaminu,
- b. czy deklaracja Uczestnika jako Małego Podmiotu, Średniego i Dużego Podmiotu, Banku lub Zakładu Ubezpieczeń, Systemu Płatności Cyfrowych, E-usługi została dokonana prawidłowo, w szczególności czy deklaracja jest zgodna ze stanem rzeczywistym,
- c. czy deklaracja Uczestnika jako członka/partnera Organizatora lub podmiotu niebędącego członkiem/partnerem Organizatora została dokonana prawidłowo,
- d. czy zgłoszenie zostało prawidłowo opłacone, w szczególności czy została uiszczona opłata w podwójnej wysokości w przypadku zgłoszenia dokonywanego przez Agencję,
- e. czy do formularza zgłoszeniowego została załączona Prezentacja spełniająca wymogi § 3 ust. 15 Regulaminu.

2. W przypadku stwierdzenia przez Organizatora, że zgłoszenie zostało dokonane nieprawidłowo, Organizator skontaktuje się z Uczestnikiem lub Agencją w celu wskazania, jakie poprawki w zgłoszeniu są niezbędne lub w celu wezwania do uzupełnienia opłaty za zgłoszenie. Na żądanie Organizatora Uczestnik jest również zobowiązany do przedłożenia wskazanych przez Organizatora dokumentów oraz informacji. Organizator wskaże również termin, nie krótszy niż 3 dni robocze, na poprawienie zgłoszenia, przedłożenie dokumentacji oraz informacji lub uiszczenie opłaty. Jeżeli Uczestnik wykona prawidłowo i terminowo nałożone przez Organizatora zobowiązania, o których mowa w niniejszym paragrafie, wówczas zgłoszenie wywołuje skutek z dniem jego pierwotnego złożenia.

3. Zgłoszenia, do których Uczestnik lub Agencja nie wprowadzi poprawek, nie przedłoży dokumentów oraz informacji, których zażądał Organizator lub nie uzupełni opłaty, nie będą brane pod uwagę przy merytorycznej ocenie, zaś Uczestnik zostaje wykluczony z udziału w Konkursie.

4. W przypadku niespełnienia przez Uczestnika któregokolwiek z warunków, o którym mowa w § 3 ust. 2, Organizator wyklucza Uczestnika z Konkursu bez konieczności wzywania go do spełnienia tego warunku.

5. Od decyzji Organizatora, o których mowa w ust. 3 i 4 powyżej, nie przysługuje odwołanie do żadnego organu Organizatora.

6. Z zastrzeżeniem ustępu poniżej, w przypadku, gdy Regulamin przewiduje wykluczenie Uczestnika z udziału w Konkursie, w razie wykluczenia Uczestnika z Konkursu wniesiona przez Uczestnika oraz Agencję opłata nie podlega zwrotowi.

7. Organizator ma prawo odwołać przyznanie nagrody w danej Kategorii, jeśli nie zbierze minimum 2 (dwóch) zgłoszeń w danej Grupie lub jeżeli w wynik preselekcji zgłoszeń lub innych zdarzeń skutkujących wykluczeniem Uczestnika z Konkursu zostanie mniej niż 2 (dwóch) prawidłowo zgłoszonych Uczestników. W takiej sytuacji Uczestnikowi przysługuje możliwość zmiany Kategorii lub wycofania zgłoszenia w danej Kategorii połączonego ze zwrotem opłaty za zgłoszenie w tej Kategorii. Organizator poinformuje pozostałych Uczestników danej Kategorii, drogą elektroniczną, o odwołaniu przyznania Nagrody w danej Kategorii, wyznaczając Uczestnikowi termin 7 dni na dokonanie zmiany Kategorii, o ile jest to możliwe lub na wycofanie się z Konkursu za zwrotem opłaty. Jeżeli zmiana

Kategorii nie jest możliwa lub Uczestnik nie dokona zmiany Kategorii w terminie 7 dni, wówczas zostanie wykluczony z udziału w Konkursie przez Organizatora, a Organizator zwróci mu uiszczoną opłatę.

8. Postanowienia § 4 ust. 1 – 7 Regulaminu stosuje się również na późniejszych niż preselekcja etapach Konkursu, jeżeli Organizator poweźmie wiedzę o wystąpieniu okoliczności, które pozwalałyby na zastosowanie § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu na etapie preselekcji zgłoszeń. Jeżeli Organizator powziął wiedzę o wystąpieniu takich okoliczności, wówczas Organizator po ich ocenie może zastosować procedurę opisaną w § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu.

9. Jeżeli sytuacja opisana w ustępie poprzedzającym nastąpiła po przeprowadzeniu głosowania przez Członków Jury, wówczas głosy oddane na Uczestnika, którego zgłoszenia dotyczyły okoliczności uzasadniające zastosowanie procedury opisanej w § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu, stają się nieważne we wszystkich Kategoriach, do których danych Uczestnik był zgłoszony zgodnie z treścią pierwotnego zgłoszenia. Jeżeli Uczestnik, którego dotyczyła opisana powyżej procedura, wprowadził do swojego zgłoszenia wymagane przez Organizatora poprawki, w terminie określonym w ust. 2 powyżej, wówczas jego zgłoszenie jest objęte ponownym głosowaniem, ale zgodnie z treścią poprawionego zgłoszenia. W takim przypadku Członkowie Jury, którzy wcześniej oddali swoje głosy na takiego Uczestnika, głosują ponownie. Postanowienia § 5 Regulaminu stosuje się odpowiednio. Opisane powyżej głosowanie trwa nie dłużej niż 7 dni licząc od dnia, gdy Uczestnik wprowadził do swojego zgłoszenia wymagane przez Organizatora poprawki. Następnie opisane powyżej głosowanie jest poddane audytowi wyników głosowania. Audyt jest przeprowadzany w terminie 3 dni od dnia zakończenia głosowania. Po zakończeniu audytu nastąpi ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w Kategoriach Konkursu, które były objęte opisanym powyżej głosowaniem. Jeżeli wcześniej była opublikowana lista Nominowanych Uczestników oparta o głosowanie, w którym głosy stały się nieważne, to nowa lista zastępuje poprzednią w tych Kategoriach. Przy czym, Organizator ma prawo do wcześniejszego usunięcia poprzedniej listy Nominowanych Uczestników.

10. Jeżeli Uczestnik, którego dotyczyła opisana w ust. 8 i 9 powyżej procedura, nie wprowadził do swojego zgłoszenia wymaganych przez Organizatora poprawek, w terminie określonym w ust. 2 powyżej, wówczas zostaje on wykluczony z Konkursu i Organizator dokonuje stosownej aktualizacji Listy Nominowanych na Stronie Konkursu. Natomiast w sytuacji, gdy w wyniku wprowadzenia przez Uczestnika do zgłoszenia wymaganych przez Organizatora poprawek, zgłoszenie obejmuje mniejszą liczbę Kategorii, niż wynikało to ze zgłoszenia pierwotnego, Uczestnik zostaje wykluczony z Kategorii, których poprawione zgłoszenie nie obejmuje, a Organizator dokonuje stosownej aktualizacji Listy Nominowanych.

## § 5

### Głosowanie

Głosowanie Jury będzie miało następujący przebieg:

1. Członkom Jury zostanie udostępniony przez Organizatora login i hasło do aplikacji obsługującej głosowanie.
2. Każdemu z Członków Jury Organizator przydziela Uczestników z danej Grupy, którzy zostaną ocenieni według podanych przez Organizatora kryteriów oceny.

3. Każdy Członek Jury ocenia zgłoszenie Uczestnika w danej Kategorii pod kątem wskazanych kryteriów oceny. Każde kryterium oceny podlega punktacji od 1 (jednego) do 5 (pięciu) punktów, gdzie 5 (pięć) jest oceną najwyższą, a 1 (jeden) jest oceną najniższą.
4. Organizator zbiera i podsumowuje liczbę punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi za wszystkie kryteria w danej Kategorii przez wszystkich Członków Jury łącznie. Na podstawie tej sumy Organizator wylicza średnią liczbę punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii. Średnia punktów zostaje wyliczona poprzez zsumowanie wszystkich przyznanych Uczestnikowi punktów, a następnie podzielenie uzyskanej sumy przez liczbę ważnych głosów oddanych na danego Uczestnika.
5. Na podstawie wyliczonej średniej liczby punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi ustalana jest – w każdej Kategorii w każdej Grupie – lista maksymalnie pięciu Nominowanych Uczestników o największej średniej liczbie punktów. Organizator może według swobodnego uznania ograniczyć liczbę Nominowanych Uczestników.
6. Laureatem zostaje ten spośród Nominowanych Uczestników w danej Kategorii w danej Grupie, który uzyskał w niej największą średnią liczbę punktów.
7. W przypadku uzyskania przez Uczestników równej największej średniej liczby punktów, o wyborze Laureata decyduje Przewodniczący Jury. Jeżeli Przewodniczący Jury podlega wyłączeniu lub z innych przyczyn nie może podjąć decyzji o wyborze Laureata, Organizator wylosuje spośród całego składu Jury – Członka Jury, który będzie mógł podjąć decyzję.
8. Brak udziału Członka Jury w głosowaniu nie wstrzymuje głosowania i nie stanowi przeszkody do jego przeprowadzenia w terminie wynikającym z Regulaminu.

## § 6

### Audyt wyników głosowania

Audyt wyników polega na:

- a) sprawdzeniu, czy wszyscy Członkowie Jury dokonali oceny,
- b) sprawdzeniu średniej punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii,
- c) weryfikacji wyłonienia Nominowanych Uczestników i Laureatów w każdej Kategorii w danej Grupie.

## § 7

### Ogłoszenie listy Nominowanych Uczestników

1. Lista Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach w każdej Grupie zostanie zamieszczona na Stronie Konkursu.
2. Nominowani Uczestnicy będą przedstawieni w kolejności alfabetycznej, bez podawania liczby uzyskanych przez nich punktów.

## § 8

## Gala

1. W trakcie Gali zostaną ogłoszeni Laureaci w poszczególnych Kategoriach w każdej Grupie.
2. W trakcie Gali Laureatom zostaną wręczone Nagrody. W ramach Nagrody każdemu Laureatowi przysługuje jedna statuetka.
3. Każdemu Nominowanemu Uczestnikowi w Konkursie przysługuje jedna bezpłatna wejściówka na Galę wręczenia nagród bez względu na liczbę Kategorii, w których otrzymał nominację.
4. Udział w Gali jest płatny 1999 zł netto za jeden bilet wejściowy dla członków i partnerów Organizatora w rozumieniu jego statutu oraz 3999 zł netto dla pozostałych podmiotów. Kwota ta zostanie powiększona o należny podatek VAT.
5. W celu wykupienia wejściówki prosimy o kontakt: [konkurs@eizba.pl](mailto:konkurs@eizba.pl)
6. Organizator informuje, że liczba wejściówek na Galę jest ograniczona ilością dostępnych miejsc. W związku z tym Organizator nie gwarantuje, że wszystkie zamówienia na wejściówki zostaną zrealizowane.
7. W trakcie trwania Gali, uczestnicy zobowiązani są do przestrzegania wszelkich ograniczeń, wytycznych GIS i procedur bezpieczeństwa dot. COVID-19, które obowiązywać będą w dniu Gali oraz stosowania się do zaleceń obsługi obiektu, w którym odbywa się Gala. Informacja dotycząca zasad bezpieczeństwa obowiązujących w trakcie Gali zostanie przesłana uczestnikom mailowo w ciągu 2 dni przed terminem Gali. Stosowne informacje będą również udostępniane podczas trwania Gali.
8. Uczestnikiem Gali może być osoba, która wedle swojej najlepszej wiedzy nie jest osobą zakażoną COVID-19, nie przebywa na kwarantannie lub nie jest objęta nadzorem epidemiologicznym. Uczestnik, w celu potwierdzenia wyżej wymienionego warunku, będzie zobowiązany do złożenia stosownego oświadczenia.
9. W uzasadnionych przypadkach, Organizator w celu wypełnienia ciężącym na nim obowiązków prawnych, będzie zobowiązany do przekazania danych osobowych uczestnika Gali Głównemu Inspektoratowi Sanitarnemu.
10. W związku z zagrożeniem epidemiologicznym COVID-19 Organizator uprawniony jest do ograniczenia ilości dostępnych miejsc na Gali oraz anulowania wejściówek uczestników Gali lub odwołania Gali. Wszelkie informacje w tym zakresie zostaną udostępnione na Stronie Konkursu z odpowiednim wyprzedzeniem.
11. W przypadku ograniczenia ilości dostępnych miejsc na Gali lub odwołania Gali Organizator skontaktuje się z uczestnikami Gali, których udział w Gali został anulowany oraz z uczestnikami Gali, którzy wykupili wejściówki w celu ustalenia sposobu zwrotu ceny za wejściówki.

## § 9

### Kryteria oceny Uczestników 2022

## **KATEGORIE DLA PODMIOTÓW E-COMMERCE**

### **1. Design & Usability (Design roku)**

W tej kategorii oceniane będą:

- estetyka strony;
- łatwość dotarcia do produktu (wyszukiwarka);
- layout zgodny ze specyfiką sklepu, personalizacja sklepu.

### **2. Best campaign (Pomysł promocyjny roku)**

W tej kategorii oceniane będą:

- estetyka reklamy/kampanii reklamowej;
- pomysłowość reklamy/kampanii reklamowej;
- rozpoznawalność motywu (dźwiękowego, graficznego lub innego) z reklamy bądź kampanii reklamowej.

### **3. Best in omnichannel**

W tej kategorii będą oceniane:

- spójność wizerunkowa - przeprowadzenie klienta przez spójną i klarowną ścieżkę zakupową (wizerunek sklepu stacjonarnego, internetowego, personalizowane opakowania, opcje odbioru i zwrotu w sklepie stacjonarnym);
- dostosowanie komunikacji sklepu do sprzedaży wielokanałowej;
- spójność cenowa w różnych kanałach sprzedaży (sklepy stacjonarne i sklep internetowy);
- wykorzystanie innowacji, nowych technologii i nowych modeli biznesowych w sprzedaży wielokanałowej.

### **4. Best on mobile**

W tej kategorii będą oceniane:

- estetyka i przejrzystość strony mobilnej / aplikacji - jej spójność ze stroną sklepu;
- usability (wygoda użycia, wyszukiwarka produktów, możliwość sprawdzenia dostępności produktów);
- wygodne przeglądanie zdjęć, prezentacja produktów, dokonanie zakupów.

### **5. Best in crossborder**

W tej kategorii będą oceniane:

- możliwość wysłania produktów za granicę, szybkość oraz koszty dostawy;
- możliwość dokonania płatności w różnych walutach;
- client service na najwyższym poziomie - w przypadku zwrotu towaru, możliwość zamówienia kuriera przez klienta, strona w ojczystym języku klienta, live chat w ojczystym języku.

## 6. Best in b2B e-commerce

W tej kategorii będą oceniane:

- wdrażanie rozwiązań e-commerce B2B: technologie, usługi, kreatywne lub innowacyjne pomysły;
- zalety i innowacje wprowadzane na platformie e-commerce;
- narzędzia i technologie zwiększające efektywność współpracy z producentami;
- narzędzia i technologie sprzedaży i promocji do klientów biznesowych;
- logistyka: zasady działania, model współpracy, stopień zadowolenia zarówno producentów jak i klientów biznesowych.

## 7. Best e-commerce retailer

W tej kategorii będą oceniane:

- efektywne i płynne przejście podmiotów działających w retail do sprzedaży e-commerce;
- wdrażanie nowych rozwiązań e-commerce: technologie, usługi, kreatywne lub innowacyjne pomysły;
- spójność kanałów sprzedaży i komunikacji z konsumentem (sklepy online - sklepy offline);
- podejście do rozwoju e-commerce w organizacji i rozwijanie kompetencji e-commerce w zespołach;
- sukcesy podmiotu retail w obszarze e-commerce: % wzrostu przychodów e-commerce w organizacji, rozwój zespołu dedykowanego e-commerce, nagrody czy wyróżnienia za działania e-commerce.

## 8. Best in CSR

W tej kategorii będą oceniane:

- działania w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, takie jak: akcje charytatywne, pomoc dzieciom, seniorom, grupom społecznym będącym w potrzebie czy też pomoc zwierzętom;
- działania związane z ochroną środowiska. Mogą to być: wprowadzanie zmian w funkcjonowaniu firmy, wprowadzanie zmian w zakresie produkcji czy dystrybucji, działania edukacyjne, inicjatywy społeczne;
- edukacja wewnętrzna pracowników w zakresie CSR.

## 9. Best adaptation to new digital reality B2C

W tej kategorii będą oceniane:

- czas i zakres reakcji na zmieniającą się sytuację biznesową spowodowaną pandemią COVID-19;
- nowe działania wprowadzające podmiot w sprzedaż e-commerce lub też nowe działania wprowadzające zmiany w już działających sklepach e-commerce czy omnichannel: np. click&collect, nowe formy dostawy, nowe systemy rezerwacji, zamówienia czy zakupu, one day

delivery, nowe technologie, aplikacje i inne działania stanowiące rozwój oferty i możliwości e-sklepu;

- efektywność i płynność wprowadzonych zmian.

#### **10. Best adaptation to new digital reality B2B**

W tej kategorii będą oceniane:

- czas i zakres reakcji na zmieniającą się sytuację biznesową spowodowaną pandemią COVID-19;
- nowe działania wprowadzające podmiot w sprzedaż e-commerce B2B lub też nowe działania wprowadzające zmiany w już działających sklepach e-commerce B2B czy omnichannel: np. click&collect, nowe formy dostawy, nowe systemy rezerwacji, zamówienia czy zakupu, one day delivery, nowe technologie, aplikacje i inne działania stanowiące rozwój oferty i możliwości e-sklepu;
- efektywność i płynność wprowadzonych zmian.

#### **11. Best marketplace**

W tej kategorii będą oceniane:

- możliwości, jakie daje platforma kupującym oraz sprzedającym;
- wdrażane innowacje;
- narzędzia mające na celu usprawnienie sprzedaży i zakupu poprzez platformę;
- modele biznesowe i rozwiązania wspierające sprzedaż wypracowane "In house".
- Efektywność biznesowa

#### **12. Best innovator in e-commerce**

W tej kategorii będą oceniane:

- zdolność do wdrażania innowacji i zmian w firmie;
- umiejętność dostrzegania możliwości w nowych rozwiązaniach;
- zdolność i możliwość testowania ich i stwarzania warunków do szerszej implementacji w biznes;
- efektywność i płynność wprowadzonych zmian i waga dla rozwoju biznesu.

#### **13. Best in social commerce**

W tej kategorii będą oceniane:

- wprowadzenie modeli sprzedaży poprzez media społecznościowe;
- wysokość zwrotu z inwestycji, wysokość sprzedaży, zasięgi;
- wpływ działań w social mediach na rozwój obsługi klienta przez ten kanał;
- efektywność i płynność wprowadzonych zmian i waga dla rozwoju biznesu.

### **KATEGORIE E-USŁUGI**

#### **1. Best tool for e-commerce**

W tej kategorii będą oceniane:

- modele i sposób w jaki dane narzędzie/technologia czy usługa wspiera sprzedaż internetową;
- modele działania i współpracy ze sklepami internetowymi;
- efektywność biznesowa e-sklepu po wdrożeniu danego narzędzia/technologii czy usługi;
- sprawny proces implementacji i wdrożenia.

**2. Best logistic tool:** najlepsze narzędzie logistyczne, magazynowania i fulfillment usprawniające dostarczenie przesyłek, poprawiające doświadczenie konsumenta, usprawniające logistyczne działania e-sklepu.

W tej kategorii będą oceniane:

- zakres automatyzacji, innowacji czy usprawnienia działań sklepu internetowego czy omnichannel;
- proces implementacji i wdrożenia;
- customer experience klienta;
- efektywność biznesowa i zwrot z inwestycji;
- stopień usprawnienia logistyki e-sklepu.

### **3. Best automatization tool/technology in ecommerce**

W tej kategorii będą oceniane:

- zakres automatyzacji i zakres usprawnienia dzięki temu działań sklepu internetowego lub omnichannel;
- proces implementacji i wdrożenia;
- efektywność biznesowa i zwrot z inwestycji.

### **4. Best omnichannel tool/technology/service**

W tej kategorii będą oceniane:

- zakres usprawnienia działań omnichannel poprzez wdrożenie narzędzia/technologii lub usługi;
- innowacyjność technologiczna lub procesowa;
- efektywność biznesowa i zwrot z inwestycji;
- proces implementacji i wdrożenia.

### **5. Best cross-border tool/technology/service**

W tej kategorii będą oceniane:

- zakres usprawnienia działań cross-border poprzez wdrożenie narzędzia/technologii lub usługi;
- innowacyjność technologiczna lub procesowa;
- efektywność biznesowa i zwrot z inwestycji;
- proces implementacji i wdrożenia.

### **6. Best e-commerce B2B tool/technology/service**



W tej kategorii będą oceniane:

- zakres usprawnienia działań e-commerce B2B poprzez wdrożenie narzędzia/technologii lub usługi;
- innowacyjność technologiczna lub procesowa;
- efektywność biznesowa i zwrot z inwestycji;
- proces implementacji i wdrożenia.

## **KATEGORIE DLA PODMIOTÓW FINANSOWYCH**

### **1. Best banking implementation (Najlepsza implementacja w sektorze bankowych usług cyfrowych)**

W tej kategorii będą oceniane:

- wdrożenie lub ulepszenie aplikacji, usługi, narzędzia;
- zastosowanie innowacyjnych i nieszablonowych działań, kampanii skierowanych do e-konsumentów;
- zastosowanie innowacyjnych technologii.

### **2. Best on-line insurer (Najbardziej cyfrowy ubezpieczyciel)**

W tej kategorii będą oceniane:

- usability strony;
- dostosowanie mobilne do potrzeb klientów;
- zastosowanie innowacyjnych technologii.

### **3. Innovative e-payment solution (Innowacyjne rozwiązania płatności cyfrowych)**

W tej kategorii będą oceniane:

- obsługa podmiotu e-commerce (BOK);
- customer experience, estetyka, funkcjonalność, sprawne przeprowadzenie przez płatność, wypełnione pola, łatwość potwierdzenia zlecenia płatności;
- innowacyjne rozwiązania technologiczne.

### **4. Best buy now-pay later solution**

W tej kategorii będą oceniane:

- technologia, usługi i korzyści dla e-sklepów oraz klientów;
- proces implementacji i wdrożenia;
- efektywność biznesowa;
- customer experience dla klienta e-sklepu.

### **5. Best cross-border e-commerce e-payment solution**

W tej kategorii będą oceniane:

- technologia, usługi i korzyści dla e-sklepów;
- proces implementacji i wdrożenia;
- efektywność biznesowa dla e-sklepu.

Nagroda główna

**BEST IN** - najlepszy z najlepszych Konkursu. W tej kategorii nagrodzony zostanie podmiot, który dostanie łącznie największą średnią punktów w głosowaniu jurorów, bez podziału na Kategorie i Grupy.

## § 10 Jury

1. Członków Jury w liczbie maksymalnie 40 (czterdziestu) wybiera Organizator. Członkowie Jury zostaną wybrani przez Organizatora do oceny poszczególnych Kategorii i Grupach. Lista Członków Jury oceniających Uczestników w poszczególnych Kategoriach i Grupach udostępniona jest na Stronie Konkursu.

2. Spośród wybranych Członków Jury Organizator wybiera Przewodniczącego Jury.

3. W przypadku, gdy zachodzą powiązania faktyczne lub prawne z danym Uczestnikiem lub Agencją, Członek Jury zobowiązany jest wyłączyć się od głosowania nad przyznaniem punktów w odniesieniu do wszystkich Uczestników w danej Kategorii w danej Grupie, w której bierze udział ten Uczestnik. Członek Jury jest niezwłocznie zobowiązany powiadomić Organizatora o zaistniałej sytuacji. W takim przypadku, w miejsce wyłączonego Członka Jury, oceny Uczestników w tej Kategorii w danej Grupie dokona inny członek Jury, który zostanie do tego wyznaczony przez Organizatora.

Przez powiązanie prawne Członka Jury z danym Uczestnikiem lub Agencją rozumie się powiązanie kapitałowe (Członek Jury posiada tytuł prawny do uczestnictwa u Uczestnika lub Agencji na prawach wspólnika, akcjonariusza itp.) lub personalnie (Członek Jury sprawuje funkcję w organie Uczestnika lub Agencji). Przez powiązanie prawne rozumie się także sytuację, w której inny podmiot, z którym Członek Jury jest powiązany kapitałowo lub personalnie, ma wpływ na działalność Uczestnika lub Agencji, w rozumieniu art. 4 §1 pkt. 5 Kodeksu spółek handlowych.

4. Jeżeli po przeprowadzeniu głosowania, w następstwie przeprowadzonego audytu lub powzięcia wiarygodnych informacji z innego źródła, okaże się, że dany Członek Jury powinien zostać wyłączony od głosowania zgodnie z ustępami powyżej, Organizator wyłączy tego Członka Jury i dokona ponownego obliczenia średniej głosów, w głosowaniu, w którym brał udział wyłączony Członek Jury, przy czym głosy wyłączonego Członka Jury uważa się za nieistniejące.

5. Członkowie Jury nie otrzymują wynagrodzenia od Organizatora.

## § 11

### Kanały komunikacji związane z Konkursem

1. Wszelkie informacje związane z Konkursem będą publikowane na Stronie Konkursu.

2. Organizator może umieszczać informacje na temat Konkursu i jego wyników także w innych środkach przekazu, w szczególności w prasie, radiu, telewizji, Internecie oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej.
3. Wyniki Konkursu zostaną opublikowane na Stronie Konkursu oraz mogą zostać opublikowane na stronach internetowych patronów medialnych Konkursu i innych podmiotów współpracujących z Organizatorem, według decyzji Organizatora.
4. Uczestnik zgłaszając się do Konkursu wyraża zgodę na publikację przez Organizatora danych Uczestnika, jego logo lub znaku towarowego oraz jeżeli jest on osobą fizyczną – także jego wizerunku utrwalonego podczas Gali, na Stronie Konkursu, a także na stronach internetowych, o których mowa w ust. 3 powyżej. Niniejsze postanowienie stosuje się odpowiednio również wobec Agencji.
5. Każdy Uczestnik oraz Agencja, którzy dokonali opłaty za zgłoszenie w Konkursie mają prawo zamieszczać informacje związane ze swoim uczestnictwem w Konkursie w charakterze Uczestnika lub odpowiednio podmiotu zgłaszającego (w tym dotyczące faktu uczestnictwa w danej Kategorii oraz Grupie, nominacji, przyznanych nagród, nazwy Konkursu) oraz używać logotypu Konkursu w kontekście zamieszczania informacji o uczestnictwie w Konkursie, we własnych kanałach komunikacji, informacjach prasowych i innych formach promocji Uczestnika.
6. Zamieszczanie informacji związanych z uczestnictwem w Konkursie oraz posługiwanie się logotypem Konkursu przez podmiot, który nie jest Uczestnikiem Konkursu, w szczególności który nie dokonał opłaty za zgłoszenie w Konkursie, jest zabronione i może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

## § 12

### Dane osobowe

1. Administratorem danych osobowych Uczestników jest Organizator.
2. Dane osobowe będą wykorzystywane w celu organizacji i przeprowadzenia Konkursu oraz w celu podejmowania niezbędnych działań związanych z interesem publicznym w dziedzinie zdrowia publicznego w związku z koniecznością zapobiegania rozprzestrzeniania się epidemii wirusa COVID-19. Na podstawie dodatkowej i opcjonalnej zgody Uczestnika, Organizator może przetwarzać jego dane osobowe w celu marketingu i promocji działalności Organizatora poprzez wysyłanie komunikatów marketingowych na adres e-mail lub numer telefonu Uczestnika. Zgoda, o której mowa w zdaniu poprzedzającym może zostać w każdej chwili odwołana przez Uczestnika. W przypadku wyrażenia takiej zgody, podstawą prawną przetwarzania danych osobowych będzie także art. 10 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz art. 172 ustawy z dnia 16.07.2004 r. Prawo telekomunikacyjne.
3. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. b RODO. W zakresie danych osobowych uczestników Gali, podstawą przetwarzania jest również art. 9 ust. 2 lit. i RODO.
4. Uczestnik ma prawo dostępu do swoich danych osobowych, ich poprawiania, żądania ich usunięcia, ograniczenia przetwarzania i prawo do przenoszenia danych osobowych. Uczestnik ma prawo

wniesienia skargi do organu nadzorczego w razie uznania, że dane osobowe są przetwarzane niezgodnie z wymogami prawnymi. Uczestnik ma także dwa rodzaje prawa do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych, jeżeli dane osobowe są przetwarzane:

- a) na potrzeby marketingu bezpośredniego; tego sprzeciwu nie trzeba uzasadniać,
- b) na podstawie innych prawnie uzasadnionych interesów Organizatora; taki sprzeciw wymaga uzasadnienia szczególną sytuacją Uczestnika.

5. Dane osobowe Uczestnika będą przetwarzane przez czas potrzebny do organizacji i realizacji Konkursu oraz czas podejmowania niezbędnych działań związanych z interesem publicznym w dziedzinie zdrowia publicznego w związku z zapobieganiem rozprzestrzeniania się epidemii dot. wirusa COVID-19. Dane osobowe przetwarzane w zakresie prowadzenia działań marketingowych będą przetwarzane przez czas ich prowadzenia przez Organizatora lub wyrażenia przez Uczestnika sprzeciwu wobec dalszego przetwarzania danych osobowych lub odwołania zgody na wysyłanie informacji marketingowych, o których mowa w ust. 2 powyżej.

6. Dane osobowe będą przekazywane do: agencji pomagających w organizacji Konkursu, dostawców narzędzi informatycznych do obsługi Konkursu, Strony Konkursu oraz przechowywania danych oraz dostawców narzędzi do wysyłki wiadomości e-mail oraz sms/ mms. Ponadto dane osobowe uczestników Gali mogą zostać przekazane podmiotom, którym Administrator ma obowiązek przekazywać dane na gruncie przepisów prawa (np. Główny Inspektor Sanitarny).

7. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale konieczne do wzięcia udziału w Konkursie.

8. Postanowienia niniejszego paragrafu dotyczące Uczestnika stosuje się odpowiednio również wobec Agencji.

## § 13

### Tryb składania i rozpatrywania reklamacji

1. Wszelkie reklamacje dotyczące Konkursu należy zgłaszać za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail) na adres: [konkurs@eizba.pl](mailto:konkurs@eizba.pl) najpóźniej w terminie 24 godzin od daty odbycia się Gali.

2. Za datę wniesienia reklamacji uważa się datę jej wpłynięcia na serwer poczty elektronicznej Organizatora.

3. Reklamacje, które wpłyną do Organizatora po wyznaczonym terminie, nie będą rozpatrywane.

4. Reklamacja powinna zawierać imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej (e-mail) zgłaszającego reklamację, dane Uczestnika, w imieniu którego działa zgłaszający reklamację, jak również podanie przyczyny reklamacji i roszczenie zgłaszane w związku z reklamacją.

5. Reklamacje będą rozpatrywane przez Organizatora w terminie 21 (dwudziestu jeden) dni od daty ich otrzymania.

6. O wyniku rozpatrzenia reklamacji zgłaszający reklamację zostanie powiadomiony za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail), na adres podany w reklamacji.

7. Od decyzji Organizatora odmawiającej uznania reklamacji i/lub uwzględnienia roszczenia zgłaszającego reklamację nie przysługuje odwołanie do żadnego organu Organizatora.

## § 14

### Postanowienia końcowe

1. Regulamin dostępny jest w siedzibie Organizatora oraz na Stronie Konkursu.
2. Regulamin obowiązuje od chwili jego ogłoszenia na Stronie Konkursu.
3. Uczestnicy zobowiązani są do przestrzegania postanowień Regulaminu.
4. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania dodatkowych nagród bądź wyróżnień według własnego uznania i swobodnej oceny.
5. Poprawny przebieg głosowania nadzoruje audytor Konkursu: Kancelaria Porębski i Wspólnicy.
6. Wszelkie spory związane z Konkursem będą rozpatrywane przez sąd właściwy dla dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy.
7. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany Regulaminu, a także odwołania Konkursu. W przypadku zmiany Regulaminu lub odwołania Konkursu, Organizator opublikuje informację na Stronie Konkursu.