

**NUEVAS REGLAS, NUEVO ENTORNO,
NUEVA COMUNICACIÓN**

Madrid, 26 de junio 2014

Una cita ineludible



Organizado por:



Asociación
de Fabricantes
de Aperitivos



BASES DEL X CONCURSO DE APERITIVOS

1. Celebración:

El X CONCURSO DE APERITIVOS se celebrará durante la jornada del XII Seminario de Aperitivos que se desarrollará el día 26 de junio de 2014.

Hotel Holiday Inn

Plaza Carlos Trías Bertrán, s/n

Madrid

2. Requisitos de los participantes:

Solo pueden participar productos de empresas asistentes al Seminario.

3. Categorías de participación:

El Concurso consta de las siguientes categorías:

- Mejor Patata Frita
- Mejor Aperitivo Frito
- Mejor Aperitivo Extrusionado
- Mejor Fruto Seco
- Mejor producto horneado
- Mejor Packaging
- Producto más innovador
- Mejor Producto de aperitivo

4. Inscripción al concurso:

Las empresas enviarán un listado a Sweet Press, con la relación de los productos que desean presentar en el concurso antes del día 6 de junio de 2014 en el que detallarán el nombre y características de cada producto así como la categoría en la que desean participar con cada uno de ellos.

5. Recepción de mercancías:

NUEVAS REGLAS, NUEVO ENTORNO, NUEVA COMUNICACIÓN

Madrid, 26 de junio 2014

Una cita ineludible



Organizado por:



Los productos se recepcionarán en las oficinas de Sweet Press (C/ Antonio López, 249. Edificio Vértice. Planta 5ª 28041 Madrid) los días 18 y 23 de Junio. (Éste último antes de las 15:00 horas), para garantizar la frescura del producto. (Deberán enviar cantidad suficiente para que el producto pueda ser probado por 100 personas dado que es la cifra los asistentes que se estima que participarán en el Seminario)

6. Dinámica y funcionamiento:

Se celebrará una cata ciega por parte de todos los asistentes al Seminario durante la celebración del mismo (aperitivo antes del almuerzo) en la que se puntuarán los productos de cada categoría en una papeleta que facilitará la organización del evento y que se introducirá en una urna. Solamente será visible la categoría del mejor packaging. El producto más votado de todos será el ganador de la categoría de Mejor producto de aperitivo.

7. Votación:

Con el objetivo de garantizar la mayor transparencia y neutralidad en el resultado final, se establecen dos tipos de votos:

- Voto Reglamentario (papeleta beige), uno por asistente al Seminario, (todos los participantes del Seminario, excepto las personas representantes de la industria, para favorecer la imparcialidad del concurso) con valor unitario para el recuento final.
- Voto Cualitativo (papeleta verde), que también será uno por asistente y que, no teniendo ningún valor numérico en el recuento final, sí dará el derecho al otorgamiento de menciones especiales, a criterio del Jurado. Este voto cualitativo lo realizarán los fabricantes de producto terminado, que tienen derecho por la participación al seminario a la presentación al concurso.

Para facilitar el funcionamiento de esta votación, ambos tipo de voto se diferenciará por el color de la papeleta a utilizar que será entregada por la organización junto con la documentación del Seminario.

8. Recuento de votos:

Una vez finalizada la cata, la organización (Sweet Press y AFAP) procederán al recuento de votos siendo confidencial el resultado del mismo.

**NUEVAS REGLAS, NUEVO ENTORNO,
NUEVA COMUNICACIÓN**
Madrid, 26 de junio 2014
Una cita ineludible
XIII SEMINARIO APERITIVOS

Organizado por:



9. Distribución de los premios:

A la finalización del Seminario la organización comunicará a todos los asistentes los ganadores de las distintas categorías del Concurso y se entregará un trofeo conmemorativo a los premiados.

10. Publicación de los ganadores:

La revista Dulces Noticias...y algo más publicará en su web www.sweetpress.com y en su número de septiembre el nombre de todos los premiados dentro del reportaje especial con motivo del Seminario de Aperitivos.

11. Tratamiento de datos:

Los datos de las empresas participantes serán tratados de acuerdo con la legislación vigente en materia de protección datos de carácter personal.

12. Derecho de uso del distintivo “Mejor producto aperitivo 2014”

Los ganadores de cada categoría tendrán derecho al uso del distintivo “Mejor producto de aperitivo 2014”, con su denominación exacta y el distintivo gráfico asociado a la marca, pudiendo estampar el mismo en cualquier parte visible de sus productos, cesando dicho derecho en el mes de diciembre de 2,015, de manera que a 1 de abril de 2016 ya no existan productos en el mercado con dicho signo distintivo.


