

REGLEMENT CONSUMER HEALTHCARE COMMUNICATION AWARDS 2019

Artikel 1 – Organisatie en doelstelling

De wedstrijd 'Consumer Healthcare Communication Awards 2019' (hierna de 'wedstrijd' genoemd) wordt georganiseerd door BACHI (hoofdzetel: Chaussée de Louvain 431^E, 1380 Lasne, ondernemingsnummer: 0809.465.691), Roularta HealthCare (hoofdzetel: Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare, ondernemingsnummer 0422.398.673) en Smart I.T. Systems (hoofdzetel: Nekkersdel 6, 1650 Beersel, ondernemingsnummer 0455.763.210) (hierna de 'organisatoren' genoemd).

De wedstrijd bekroont de beste reclamecampagnes voor gezondheidsproducten aan het adres van het brede publiek. Drie awards worden uitgereikt, telkens aan de beste campagne binnen een categorie (cf. artikel 4). Met name:

- Award voor de meest innoverende campagne;
- Award voor de meest efficiënte campagne;
- Award voor de campagne die het best aanstuurt op een correct gebruik van het product.

De drie winnaars worden aangeduid op basis van de stemmen van de consumenten (1/3 van de stemmen), de stemmen van de apothekers (1/3 van de stemmen) en de stemmen van een vakjury (1/3 van de stemmen).

Artikel 2 – Deelname

De wedstrijd staat open voor alle farmaceutische bedrijven die aan het adres van het brede publiek een communicatie- en/of reclamecampagne (willen) voeren voor een gezondheidsproduct.

Farmaceutische bedrijven kunnen enkel deelnemen op voorwaarde dat het product in de campagne door de autoriteiten werd goedgekeurd (nodige vergunningen). Ook het akkoord van de communicatieverantwoordelijke binnen het bedrijf is noodzakelijk.

Enkel de campagnes gevoerd tussen **1 juli 2018 en 30 juni 2019** worden in het kader van de wedstrijd in aanmerking genomen.

Deelname aan de wedstrijd is gratis.

Artikel 3 – Inschrijving

Farmaceutische bedrijven kunnen hun campagne tussen **1 februari en 30 april 2019** inschrijven. Inschrijvingen die buiten die periode om binnenlopen, worden geweigerd.

Om geldig aan de wedstrijd te kunnen deelnemen, moeten farmaceutische bedrijven een inschrijvingsdossier indienen. Dat dossier omvat de nodige informatie en bijhorende bestanden (cf. document 'Inschrijvingsdossier'). Het gaat daarbij o.a. om:

- De volledige naam van het deelnemende bedrijf;
- De periode waarin de ingediende campagne liep (exacte data);
- Video- en audiobestanden, digitale en andere bestanden met betrekking tot de campagne;

- De nodige vergunningen voor de betrokken campagne;
- Het akkoord van de interne verantwoordelijke communicatie / reclame;
- De categorie(ën) waarin het deelnemend bedrijf de campagne wil inschrijven (cf. artikel 4);
- De gegevens van de contactpersoon die het bedrijf en de campagne vertegenwoordigt (naam en voornaam, telefoonnummer, e-mailadres);
- En zo meer.

Dossiers die onvolledig zijn of niet conform onderhavig reglement werden samengesteld, worden niet in aanmerking genomen.

Het correct samengestelde dossier moet daarna worden doorgestuurd naar info@bachi.be. Bijlagen moeten via WeTransfer naar datzelfde adres worden doorgestuurd, met vermelding van het deelnemende bedrijf en de betrokken campagne.

De inschrijving van een campagne en de in dat verband doorgespeelde gegevens (audio- en videobestanden e.a.) verleent de organisatoren het recht om in het kader van de wedstrijd over de campagne te communiceren. Het deelnemend bedrijf mag de organisatoren evenwel melden dat die informatie vertrouwelijk moet worden behandeld.

Artikel 4 – Categorieën

De wedstrijd ‘Consumer Healthcare Communication Awards’ bekroont de beste reclamecampagnes in drie verschillende categorieën: ‘innovatie’, ‘efficiëntie’ en ‘correct gebruik’.

In iedere categorie worden een aantal campagnes genomineerd. Eén daarvan wordt de laureaat in die categorie en zal als winnaar met een award worden bekroond.

Het is toegestaan om eenzelfde campagne in verschillende categorieën in te schrijven indien zulks relevant is.

Beschrijving van de categorieën:

- **Categorie ‘Innovatie’**
 ‘Innovatie’ kunnen we definiëren als: ‘de invoering van een nieuw(e) product, toestel of techniek in het productieproces en/of de verkoop’.
 De categorie ‘Innovatie’ heeft betrekking op campagnes die zich onderscheiden en die de reclameruimte op een andere manier benutten om het brede publiek te bereiken. Dergelijke campagnes zijn verrassend, vernuftig, origineel en/of vernieuwend. Ze maken indruk en wijken af van wat we gewend zijn. Bij de beoordeling wordt rekening gehouden met verschillende elementen, zoals: de beelden, personages, technische tools, aard van de dragers, enz. Op basis daarvan wordt een campagne als ‘innoverend’ bestempeld.
- **Categorie ‘Efficiëntie’**
 ‘Efficiëntie’ kunnen we omschrijven als: ‘het karakter van een efficiënt(e) individu of organisatie, waarbij met een minimum aan inspanningen en/of middelen optimale resultaten worden geboekt’.
 De categorie ‘Efficiëntie’ heeft betrekking op campagnes aan het adres van een doelpubliek dat in verhouding tot de doelstellingen, de gemaakte uitgaven en de ingezette middelen grotendeels wordt bereikt. Het gaat om krachtige en indringende campagnes die een groter marktaandeel halen dan voorzien.

– **Categorie ‘Correct gebruik’**

‘De kwaliteit, de efficiëntie en de veiligheid van geneesmiddelen worden sterk beïnvloed door een correct gebruik ervan. Om het correct gebruik van geneesmiddelen te stimuleren, moeten alle betrokkenen beschikken over objectieve, afdoende, up-to-date en makkelijk toegankelijke informatie’.

De categorie ‘Correct gebruik’ heeft betrekking op campagnes die specifiek inzoomen op een correct gebruik van een product, in de juiste dosis en gedurende periode die voor een bepaalde patiënt noodzakelijk is. De informatie werd via de betrokken campagne opvallend duidelijk aan het brede publiek gecommuniceerd. Daarbij werden de beoogde doelgroepen bereikt.

Artikel 5 – Verloop van de wedstrijd

Farmaceutische bedrijven kunnen hun campagne (in een of meerdere categorieën) inschrijven door een volledig inschrijvingsdossier door te sturen naar info@bachi.be, en dat **tussen 1 februari en 30 april 2019**.

De organisatoren maken de ingeschreven campagnes bekend via twee specifieke websites. De ene website richt zich tot consumenten, de andere tot apothekers.

Consumenten en apothekers kunnen op hun favoriete campagne stemmen **tussen 1 juli en 31 augustus 2019**.

Daartoe surfen consumenten naar [**website vermelden**] om er in de drie hierboven beschreven categorieën hun favoriete campagne te kiezen.

Hun stemmen zijn goed voor 1/3 van de punten.

Daartoe surfen apothekers naar [**website vermelden**] om er eveneens in de drie hierboven beschreven categorieën hun favoriete campagne te kiezen.

Hun stemmen zijn goed voor 1/3 van de punten.

Een vakjury (cf. artikel 6) komt **tussen 1 september en 31 oktober 2019** samen om te stemmen, alle uitgebrachte stemmen te tellen, te beraadslagen en de drie grote overwinnaars van de wedstrijd aan te duiden.

De stemmen van de vakjury zijn goed voor 1/3 van de punten.

In **januari 2020** wordt een feestavond rond de ‘Consumer Healthcare Communication Awards’ georganiseerd. Tijdens die avond worden de laureaten bekend gemaakt. Zij ontvangen elk een award.

Artikel 6 – Jury

De vakjury bestaat uit 8 vertegenwoordigers uit de gezondheidszorg en de communicatiesector. Met name:

- Een vertegenwoordiger van de APB;
- Een vertegenwoordiger van de UBA;
- Een Franstalige vertegenwoordiger van consumenten en een Nederlandstalige vertegenwoordiger;
- Een vertegenwoordiger van Roularta HealthCare (journalistieke communicatie);

- Een vertegenwoordiger van Smart I.T. Systems (PharmInTouch online communicatie via vakmensen uit de gezondheidszorg);
- Een vertegenwoordiger van BACHI (farmaceutische industrie);
- Een andere vertegenwoordiger (te bepalen).

Is een jurylid door overmacht verhinderd of afwezig, dan geeft het ontbrekende jurylid een schriftelijke volmacht aan een ander jurylid naar keuze.

Net als de consumenten en de apothekers, stemmen alle juryleden binnen de hierboven beschreven drie categorieën voor hun favoriete campagnes.

De jury telt daarna de stemmen die door de consumenten en de apothekers werden uitgebracht. De campagnes die onder de consumenten, de apothekers en de juryleden de meeste stemmen haalden, krijgen punten (*cf.* 'Juryreglement').

De drie campagnes met de meeste punten worden laureaat in hun respectievelijke categorieën en ontvangen dus een award.

Artikel 7 – Prijzen en onderscheidingen

De laureaten van de 'Consumer Healthcare Communication Awards' worden bekend gemaakt tijdens de prijsuitreiking in het daaropvolgende jaar.

Zij ontvangen een award en genieten mediabelangstelling, dankzij de mediapartners en de communicatiekanalen van de organisatoren (tijdschriften, nieuwsbrieven, e-mailings, websites, enz.).

Eenzelfde campagne die in verschillende categorieën werd ingeschreven, kan meerdere awards winnen wanneer de stemming dat uitwijst.

Artikel 8 – Persoonsgegevens

Farmaceutische bedrijven die aan de wedstrijd deelnemen door een inschrijvingsdossier in te dienen, spelen aan de organisatoren hun persoonsgegevens (*cf.* artikel 3) door.

De deelnemende bedrijven stemmen ermee in dat de organisatoren hun gegevens in het kader van de wedstrijd verwerken en bewaren.

Die gegevens worden tijdens de hele wedstrijd bewaard tot aan de prijsuitreiking in januari van het daaropvolgende jaar. De gegevens die werden gepubliceerd worden tot 12 maanden na de prijsuitreiking bewaard, tenzij het betrokken bedrijf om een snellere schrapping van die gegevens verzocht.

De farmaceutische bedrijven hebben het recht hun persoonsgegevens op ieder moment in te kijken en kunnen die (laten) wijzigen indien ze onjuist of onvolledig zouden zijn. De farmaceutische bedrijven kunnen hun gegevens ook laten wissen en/of de verwerking ervan beperken of daartegen bezwaar aantekenen.

De deelname van een bedrijf dat vraagt om zijn gegevens te verwijderen vóór het einde van de wedstrijd, wordt als nietig beschouwd. Het betrokken bedrijf kan geenszins aanspraak maken op een prijs.

De laureaten stemmen ermee in om in het kader van de communicatie na afloop van de wedstrijd te worden geïdentificeerd en verlenen de organisatoren de toestemming om de namen van de winnaars en hun niet-vertrouwelijke gegevens bekend te maken op hun website, in hun nieuwsbrief, in hun tijdschrift en/of via enige andere media.

Artikel 9 – Andere bepalingen

De organisatoren behouden zich het recht voor de wedstrijd en/of het verloop ervan en/of onderhavig reglement te wijzigen in geval van overmacht of indien specifieke omstandigheden dat rechtvaardigen.

Ze kunnen geenszins aansprakelijk worden gesteld voor eventuele technische problemen die deelnemende bedrijven en/of stemmers ondervinden wanneer ze via internet inloggen en wanneer daarbij mogelijks gegevens verloren gaan.

Over elke situatie die niet expliciet in onderhavig reglement werd voorzien, beslissen de organisatoren zelf. Tegen hun beslissing kan op geen enkele manier bezwaar worden aangetekend. De beslissing van de organisatoren moet dan ook als definitief en onherroepelijk worden beschouwd.

Drukfouten, spelfouten en zetfouten kunnen geenszins worden ingeroepen om welke aansprakelijkheid dan ook af te dwingen.

Wie aan de 'Consumer Healthcare Communication Awards' deelneemt, aanvaardt onderhavig reglement en elke beslissing van de organisatoren zonder voorbehoud. Zo wordt het vlot verloop van de wedstrijd gewaarborgd.

