



KRITERIER “NORWEGIAN COSMETIC AWARD 2022”

Hovedkriterium alle nominasjoner:

Kategorivekst og kommersiell suksess via innovasjon innen produkt, design eller markedsføring. Juryens faglige bedømming skal også telle med/vektlegges.

Generelle kriterier alle kategorier:

- Produkt/mediekampanje må være **lansert i Norge i løpet av 2021**
- Produkt bør være **en nylansering** - ikke en relansering eller en direkte videreføring av allerede eksisterende produkt

Kategorier:

- Innenfor hudpleie, kroppspeleie og makeup-kategoriene angir leverandør kategori med alternativ **LUXURY** eller **AFFORDABLE**.
- **Luxury** er typisk produkter som selges med personlig veiledning (tidligere benevnt «selektiv distribusjon»).
- **Affordable** er typisk produkter som selges uten personlig veiledning (tidligere benevnt «bred distribusjon»).
- Endring i benevnelsene fra tidligere for å gjøre kategoriene mer forståelig og relevant for forbrukerne og influencers.
- Nominerte produkter i de enkelte kategorier kan kjøpe nominasjonslogo uten angivelse av luxury/affordable.
- Vinnerlogo kan kjøpes av vinnerne med angivelse av luxury/affordable.
- Juryen kan foreslå endring av påmeldt kanal for produkter der dette anses som riktig. Firma som melder på produkt/serie tar endelig beslutning.

Faglige tilleggskriterier for den enkelte kategori:

Dameduft

Vurderes ut ifra duft, innovasjon og nyskaping. Flakong og presentasjonsform vil telle med i helhetsvurderingen av produktet.

Herreduft

Vurderes ut ifra duft, innovasjon og nyskaping. Flakong og presentasjonsform vil telle med i helhetsvurderingen av produktet.



Design

En ganske åpen kategori der både presentasjonsform, produktets design og/eller flakong/beholder som produktet presenteres i kan være utslagsgivende for vurderingen. Innovasjon og nyskaping teller, men dette må ikke gå på bekostning av produktets anvendelighet.

Makeup

Inkluderer både rene produktlanseringer og sesongkolleksjoner. I begge tilfeller gjelder kriteriene at produktene må stå for nyskaping og innovasjon, samtidig som de er anvendelige og vurderes i henhold til konsistens og kvalitet.

Hudpleie

Vurderes ut ifra innovasjon og nyskaping, men også ut ifra virkning i henhold til gitte løfter og produktets konsistens/anvendelighet i forhold til påføring/bruk.

Kroppspoleie

Vurderes ut ifra innovasjon og utvikling av segmentet. Virkning i henhold til gitte løfter og produktets konsistens teller med.

Herreprodukt

Vurderes ut ifra innovasjon og utvikling av segmentet. I tillegg vurderes virkning i henhold til gitte løfter og produktets konsistens/anvendelighet i forhold til påføring/bruk.

Hårprodukt

Vurderes ut ifra innovasjon og anvendelighet.

Hårprodukt frisør pleie *(kun produkter fra medlemmer i FL)*

Vurderes ut ifra innovasjon og nyskaping, men også ut ifra virkning i henhold til gitte løfter og produktets/seriens konsistens/anvendelighet i forhold til påføring/bruk.

Hårprodukt frisør styling *(kun produkter fra medlemmer i FL)*

Vurderes ut ifra innovasjon og nyskaping, men også ut ifra virkning i henhold til gitte løfter og produktets/seriens konsistens/anvendelighet i forhold til påføring/bruk.

Mediekampanje

Dette er en kategori som omfatter både tradisjonelle og nye medier. Juryen vil vektlegge følgende kriterier når årets kampanje skal bedømmes:

- 1) Kreativitet og nyskaping. Beskriv målgruppen og hensikten med denne kampanjen. Beskriv videre hva som er nytt og/eller som skiller denne kampanjen ut fra mengden, det kan være selve utformingen, strategien, bruk av innsikt, kanal mix eller annet.
- 2) Gjennomføring. Hvordan har kampanjen blitt gjennomført og i hvilke medier?
- 3) Effekt av kampanjen. Beskriv effekten som er oppnådd som et resultat av denne kampanjen. Kan være alt fra omdømme, respons, kjennskap, salg eller andre positive resultater.



Årets lansering

Vurderes ut fra hvor vellykket lanseringen har vært både kommersielt og i forhold til budskap, innovasjon og nytenkning. I denne kategorien har også juryen anledning til å nominere egne kandidater.

Årets innovasjon

Vurderes ut fra produktets nyskapning, bruk av ny teknologi og løsninger til det beste for forbrukerne. Det bør i tillegg være et nytt produkt som har bidratt til å endre kundeopplevelsen og gjort noe innovativt innenfor handelen.

Årets bærekraftpris

Vurderes ut fra produktets/seriens/merkets prosjekter innenfor bærekraft. Kriterier som vektlegges er innovasjon, redusert CO2-avtrykk, sirkulærøkonomi, materialbruk, sosialt ansvar og dokumenterte resultater.

NCA hederspris

Dette en åpen klasse hvor juryen kårer et produkt (eller produktserie) som fortjener betegnelsen «en klassiker» - et produkt som har overlevd i den stadige strømmen av nye produkter og som fortsatt fortjener sin plass i varehyllene.

VIKTIG:

- Produkt og utfylt påmeldingsskjema må sendes samtlige jurymedlemmer og til KLF. **Frist 21. desember 2021.**
- Påmeldingsskjemaet må inneholde kortfattet beskrivelse av hvorfor produktet/markedsføringen har bidratt til innovasjon, salgssuksess og kategoriutvikling.
- Pris per påmeldte produkt (eller produktserie) er kr. 1.000. Samme pris gjelder for påmelding i kategoriene Mediekampanje, Årets lansering, Årets innovasjon og Årets bærekraftpris.

KLF, 1. november 2021

FR/act