



POLSKA RADA CENTRÓW HANDLOWYCH

Największa w Polsce organizacja branży
nieruchomości handlowych zaprasza przedstawicieli
deweloperów, inwestorów, zarządców, firm
usługowych i handlowych do udziału w konkursie

REGULAMIN KONKURSU PRCH RETAIL AWARDS 2026

Konkurs PRCH Retail Awards (dalej „Konkurs”) został stworzony przez Polską Radę Centrów Handlowych (PRCH) dla sieci handlowych, obiektów handlowych i osób zajmujących się retail marketingiem. Konkurs jest wyjątkową okazją do tego, aby pokazać kompetencje, umiejętności, know-how oraz innowacyjność i kreatywność prowadzonych projektów oraz kampanii marketingowych.

Organizatorem Konkursu jest Stowarzyszenie Polska Rada Centrów Handlowych z siedzibą w Warszawie, przy ul. Nowogrodzkiej 50, 00-695 Warszawa, wpisane do rejestru przedsiębiorstw oraz stowarzyszeń i innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji i publicznych zakładów opieki zdrowotnej przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XII wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000227312, NIP: 5342289555; REGON: 140066364, dalej „PRCH” lub „Organizator”.

§ 1

KATEGORIE KONKURSOWE

KATEGORIE KONKURSOWE DLA OBIEKTÓW HANDLOWYCH

Zakres: Biznes i Strategia Obiektów Handlowych

Obiekt Handlowy (definicja) – nieruchomość handlowa (zaplanowana, zbudowana oraz zarządzana jako jeden obiekt handlowy), składająca się z co najmniej 5000 m2 powierzchni najmu (GLA) oraz części wspólnych, w której działa co najmniej 10 sklepów.

TYP OBIEKTÓW: CENTRA HANDLOWE I OUTLETY

NOWY OBIEKT HANDLOWY ROKU

Kategoria dla nowootwartych obiektów handlowych: centrów handlowych, centrów wyprzedażowych, outletów, obiektów mixed-use. Aplikacja uwzględni opis procesu deweloperskiego oraz efektywność ekonomiczną obiektu od dnia otwarcia.

RAMY CZASOWE: obiekty otwarte w 2025 roku

OBIEKT HANDLOWY ROKU – BEST PERFORMANCE

Kategoria dla obiektów handlowych (centrów handlowych, wyprzedażowych, outletów, obiektów mixed-use), które wykazały się w minionym roku wysokimi parametrami efektywności ekonomicznej

RAMY CZASOWE: obiekty otwarte przed 2025 r., performance obiektu w latach 2024 / 2025

PRZEBUDOWA / ROZBUDOWA / MODERNIZACJA OBIEKTU HANDLOWEGO

Kategoria dotyczy obiektów handlowych rozbudowanych / przebudowanych / modernizowanych / rewitalizowanych w obowiązującym w danej edycji okresie.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w latach 2024 / 2025

REKOMERCJALIZACJA ROKU / ZMIANY TENANT MIX

Kategoria dotyczy opisu motywacji i dokonanych zmian w doborze / układzie najemców obiektu handlowego, ze wskazaniem wpływu zmian na funkcjonowanie i efektywność ekonomiczną obiektu.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w latach 2024 / 2025

OSIĄGNIĘCIA ESG ROKU

Kategoria dotyczy promocji najlepszych praktyk, ich kompleksowości i komplementarności w zakresie ESG (E-Środowisko, S-Społeczna odpowiedzialność, G-Ład korporacyjny), realizowanych w jednym obiekcie lub dla całego portfolio.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2025 roku

DYREKTOR ROKU OBIEKTU HANDLOWEGO

Kategoria dotyczy strategii i działań podjętych przez dyrektora obiektu handlowego w obowiązującym w danej edycji okresie, wynikających z własnej inicjatywy i wpływających na całokształt funkcjonowania obiektu.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2025 roku

TYP OBIEKTÓW: PARKI HANDLOWE

NOWY PARK HANDLOWY ROKU

Kategoria dla nowootwartych retail parków.

RAMY CZASOWE: obiekty otwarte w 2025 roku

PARK HANDLOWY ROKU – BEST PERFORMANCE

Kategoria dla retail parków, które wykazały się wysokimi parametrami efektywności ekonomicznej.

RAMY CZASOWE: obiekty otwarte przed rokiem 2025, performance obiektu w roku 2025

PRZEBUDOWA / ROZBUDOWA / MODERNIZACJA PARKU HANDLOWEGO

Kategoria dotyczy parków handlowych rozbudowanych / przebudowanych / modernizowanych / rewitalizowanych w obowiązującym w danej edycji okresie.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w latach 2024 / 2025

REKOMERCJALIZACJA ROKU / ZMIANY TENANT MIX W PARKU HANDLOWYM

Kategoria dotyczy opisu motywacji i dokonanych zmian w doborze / układzie najemców parku handlowego, ze wskazaniem wpływu zmian na funkcjonowanie i efektywność ekonomiczną obiektu.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w latach 2024 / 2025

OSIĄGNIĘCIA ESG ROKU DLA PARKÓW HANDLOWYCH

Kategoria dotyczy promocji najlepszych praktyk, ich kompleksowości i komplementarności w zakresie ESG (E-Środowisko, S-Społeczna odpowiedzialność, G-Ład korporacyjny), realizowanych w jednym parku handlowym lub dla całego portfolio.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2025 roku

TYP OBIEKTÓW: WSZYSTKIE TYPY OBIEKTÓW

THE BIGGEST CHALLENGE

Kategoria dotyczy problemu / wyzwania, z jakim musiał zmierzyć się obiekt handlowy oraz działań i inicjatyw podjętych w celu jego rozwiązania.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w latach 2024 / 2025

DYREKTOR / MANAGER TECHNICZNY ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podjętych przez dyrektora / managera technicznego w obowiązującym w danej edycji okresie, wpływających na całokształt technicznego funkcjonowania obiektu / -ów. Ważnym aspektem są również działania i inicjatywy optymalizacyjne.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2024 i 2025 roku

ASSET MANAGER ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podjętych przez asset managera w obowiązującym w danej edycji okresie, wpływających na zwiększenie wartości obiektu / -ów.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2024 i 2025 roku

LEASING MANAGER ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podjętych przez leasing managera w obowiązującym w danej edycji okresie, wpływających na tenant mix obiektu / -ów.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2024 i 2025 roku

Zakres: Marketing Obiektów Handlowych

KOMUNIKACJA DZIAŁAŃ ESG ROKU

Kategoria dotyczy komunikacji pełnego spektrum działań podjętych przez obiekt handlowy, budujących wizerunek organizacji i dobre relacje z otoczeniem w zakresie ESG (E-Środowisko, S-Społeczna odpowiedzialność, G-Ład korporacyjny). Dla powodzenia kampanii kluczowe jest określenie jej kontekstu, celu, grupy docelowej, kanałów komunikacji, narzędzi, ewentualnych partnerstw, harmonogramu oraz sposobu monitorowania efektów i ewaluacji.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

WYDARZENIE ROKU (EVENT)

Kategoria dotyczy wydarzeń / serii wydarzeń zorganizowanych na terenie obiektu handlowego, których cel jest elementem szerszej strategii marketingowej i/lub biznesowej obiektu.

UWAGA! Kategoria ta nie jest przeznaczona dla ogólnodostępnych formatów licencyjnych.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

KAMPANIA PROSPRZEDAŻOWA ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podejmowanych przez obiekty handlowe, których nadrzędnym celem jest zwiększenie sprzedaży na terenie obiektów. Kampania może obejmować działania podejmowane wspólnie z najemcami.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

KAMPANIA OTWARCIA / PRZEBUDOWY / ROZBUDOWY / MODERNIZACJI ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podejmowanych przez obiekty, których celem jest poinformowanie zainteresowanych o otwarciu nowego obiektu handlowego oraz samej uroczystości otwarcia lub o jego rozbudowie, przebudowie bądź pracach modernizacyjnych prowadzonych w obiekcie, które z reguły oznaczają spore utrudnienia dla najemców i klientów.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

KAMPANIA WIZERUNKOWA ROKU

Kategoria obejmuje działania podejmowane przez obiekty handlowe, składające się na szerszą strategię marketingową, których nadrzędnym celem było zbudowanie wśród grupy docelowej klientów pożądanego wizerunku marki. W kategorię wpisują się także działania związane z rebrandingiem oraz content marketingiem (działania pozycjonujące, magazyny, blogi itp.).

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

DZIAŁANIA LOJALIZUJĄCE KLIENTÓW

Kategoria obejmuje długofalowe działania podejmowane przez obiekt, mające na celu budowanie przywiązania klienta do obiektu, zapewnienie powrotu klientów do centrum, a także zwiększenie wartości koszyka zakupowego. W tej kategorii mogą być również zgłaszane aplikacje mobilne i programy lojalnościowe obiektu handlowego.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

DZIAŁANIA ROKU W SOCIAL MEDIA

Kategoria obejmuje działania związane z prowadzeniem kanału/-ów obiektu handlowego w social media.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

DZIAŁANIA ROKU NA RZECZ LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI

Kategoria dotyczy dobrowolnych działań podejmowanych przez obiekty handlowe, uwzględniających interes społeczny, potrzeby lokalnej społeczności oraz relacje z różnymi grupami interesariuszy, będących elementem szerszej i długofalowej strategii marki. Efektywność strategii bazuje na budowaniu dialogu społecznego i porozumienia oraz na odpowiedzialności i dbałości o etykę postępowania. Celem tych działań nie jest realizacja celów biznesowych. Do działań związanych z odpowiedzialnością społeczną zaliczają się te zwracające uwagę na istotny problem społeczny i wynikające z niego zagrożenia.

UWAGA! W tej kategorii nie powinny być zgłaszane działania charytatywne.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

B2B – DZIAŁANIA NA RZECZ NAJEMCÓW

Kategoria dotyczy działań podejmowanych i kierowanych do najemców obiektu handlowego, mających na celu wsparcie najemców oraz budowanie i umacnianie relacji na linii zarządca – najemca (tenant relationship management).

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

THE BIGGEST CHALLENGE

Kategoria dotyczy problemu / wyzwania marketingowego, z jakim musiał zmierzyć się obiekt handlowy oraz działań i inicjatyw podjętych w celu jego rozwiązania.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

MARKETING MANAGER OBIEKTU HANDLOWEGO ROKU

Kategoria dotyczy strategii i działań podejmowanych przez marketing managera obiektu handlowego w okresie właściwym dla danej edycji. W aplikacji istotne jest podkreślenie sukcesów i wyróżników w aspektach marketingowych, a także zarządczych i zespołowych.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

KATEGORIE KONKURSOWE DLA FIRM USŁUGOWYCH

Zakres: Innowacyjne rozwiązania i nowe technologie

ROZWIĄZANIA DLA OBIEKTÓW HANDLOWYCH

Kategoria dotyczy firm usługowych, które oferują / dostarczają lub wprowadziły na rynek innowacyjne rozwiązania / produkty dla obiektów handlowych.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone w 2025 roku

Zakres: Agencje

AGENCJA MARKETINGOWA / EVENTOWA / PR ROKU

Kategoria dotyczy agencji, które prowadziły działalność na rzecz obiektów handlowych oraz wyróżniły się innowacyjnością i efektywnością prowadzonych działań. W aplikacji istotne są przede wszystkim kluczowe realizacje.

RAMY CZASOWE: działania prowadzone od 1 stycznia 2025 r. do 31 marca 2026 r.

§ 2

APLIKACJA DO PRCH RETAIL AWARDS

1. Do Konkursu PRCH Retail Awards może zgłosić się każda firma, będąca lub nie będąca członkiem wspierającym PRCH. Firma członkowska PRCH to taka, która podpisała deklarację członkowską oraz opłaciła składkę członkowską na dany rok.
2. Firmy zewnętrzne i agencje, dalej „Firmy Zgłaszające”, mogą zgłaszać swoich klientów, dalej „Firmy Zgłaszane”, wyłącznie za pisemną zgodą klienta. W przypadku zgłoszenia dokonanego przez firmę zewnętrzną lub agencję uczestnikiem Konkursu jest klient.
3. Jedna firma może składać nieograniczoną liczbę aplikacji pod warunkiem wniesienia opłaty aplikacyjnej dla każdego ze zgłoszonych projektów, w wysokości wskazanej w poniższych postanowieniach niniejszego Regulaminu.
4. Warunkiem koniecznym do złożenia aplikacji jest wypełnienie Formularza Zgłoszeniowego online oraz Formularza Aplikacyjnego online przez Osobę Zgłaszającą, dostępnych na stronie: www.retailawards.org.pl, a także uzyskanie przez nią pisemnej zgody na udział w konkursie, dalej „Upoważnienie”. Upoważnienie musi być udzielone przez osobę uprawnioną do reprezentacji podmiotu zgłaszanego, dalej „Osoba Autoryzująca”. Dokument jest dostępny do wypełnienia na stronie www.retailawards.org.pl lub po uprzedniej rejestracji w systemie, po kliknięciu w zakładkę „dodaj aplikację”. Aplikacje, które nie będą miały dołączonego skanu podpisanego

Upoważnienia, będą wstrzymane do czasu załączenia wymaganego formularza, a po upływie terminu zgłoszeń do Konkursu zostaną odrzucone.

5. Warunkiem koniecznym aplikacji jest dopełnienie wszystkich niżej określonych terminów i warunków:

I ETAP

Do 27 lipca 2026 r.

- Założenie konta i zgłoszenie aplikacji w systemie PRCH Retail Awards online na www.retailawards.org.pl. Załączenie podpisanego Upoważnienia do uczestnictwa w Konkursie.
- Uiszczenie opłaty za aplikacje konkursowe wg poniższego cennika:

Opłata za każdą aplikację dla obiektów handlowych i firm usługowych:

1890 PLN + VAT dla firm członkowskich

2990 PLN + VAT dla firm niezrzeszonych

Płatność na podstawie otrzymanej faktury, na nr konta: PL40 1140 1977 0000 5937 7800 1001, pod rygorem odrzucenia aplikacji przez organizatora.

II ETAP

Do 27 lipca 2026 r. do końca dnia – Uzupelnienie formularza aplikacyjnego online oraz przekazanie go „do oceny Jury”.

III ETAP

Sierpień – wrzesień 2026 r. – Ocena aplikacji konkursowych przez Jury Konkursu i wyłonienie nominowanych.

IV ETAP

Wrzesień – październik 2026 r. – ocena uzupełniająca i wyłonienie laureatów.

V ETAP

Listopad 2026 r. – Ogłoszenie Laureatów Konkursu w trakcie Gali PRCH Retail Awards.

§ 3

FORMULARZ APLIKACYJNY

1. Dostęp do Formularza Aplikacyjnego online zostanie przekazany Osobom Zgłaszającym nie później niż w ciągu 3 dni roboczych po otrzymaniu przez PRCH Formularza Zgłoszeniowego i pomyślnej weryfikacji Upoważnienia.
2. Osoba Zgłaszająca musi na życzenie Osoby Autoryzującej umożliwić jej, a także innym, wskazanym przez nią osobom, wgląd do wypełnianych Formularzy Aplikacyjnych. Możliwość utworzenia konta dla Osoby Autoryzującej znajduje się w systemie online w zakładce „Edycja Profilu”. Osoba Autoryzująca ma na podstawie otrzymanego wglądu prawo do zgłaszania zmian w treści Aplikacji, które muszą być kierowane bezpośrednio do Osoby Zgłaszającej.
3. Formularz Aplikacyjny online powinien być wypełniony całkowicie, a wszystkie załączniki i materiały w formie elektronicznej precyzyjnie opisane. Formularze Aplikacyjne niewypełnione

w całości mogą otrzymać niższą ocenę lub też będą odrzucane, co będzie skutkowało wykluczeniem Uczestnika z Konkursu.

4. Formularz Aplikacyjny powinien zostać wypełniony w języku polskim.
5. Zgłaszane projekty powinny być zrealizowane w przedziale czasowym podanym w opisach kategorii w § 1 niniejszego Regulaminu (okres obowiązywania aplikacji).
6. W przypadku długofalowych działań, które nadal trwają lub takich, które zakończyły się po 31 marca 2026 r., aplikacja powinna dotyczyć działań / koncentrować się na wynikach osiągniętych w przedziale czasowym podanym w opisach kategorii w § 1 niniejszego Regulaminu. Wszystkie działania, które zostaną zgłoszone, a których czas przekracza podany zakres, nie będą brane pod uwagę przez PRCH i Jury Konkursu.
7. Dopuszcza się możliwość zgłoszenia jednego projektu w kilku kategoriach konkursowych, pod warunkiem uiszczenia stosownych opłat aplikacyjnych i wypełnienia osobnych Formularzy Aplikacyjnych oraz szczegółowego opisu aspektu dla wybranej kategorii.
8. Aplikacje, które nie będą odpowiadały zakresowi i wymogom postawionym dla danej kategorii będą przeniesione do innej kategorii lub dyskwalifikowane decyzją Jury Konkursu PRCH Retail Awards, o czym PRCH poinformuje osobę zgłaszającą w Konkursie drogą mailową.
9. Aplikacja, która jest kontynuacją lub została wyróżniona lub nagrodzona w poprzednich edycjach konkursu PRCH Retail Awards, może ubiegać się ponownie o Nagrodę.

§ 4

JURY

1. Członków Jury Konkursu powołuje PRCH spośród ekspertów branży nieruchomości komercyjnych, marketingu, środowisk naukowych i mediów. PRCH decyduje o liczbie członków Jury Konkursu.
2. Członkowie Jury są powoływani na potrzeby danej edycji Konkursu.
3. Przewodniczący każdej grupy Jury Konkursu są wybierani większością głosów przez Jury konkursowe.
4. Członek Jury nie ocenia projektów, z którymi jest lub kiedykolwiek był związany biznesowo, a także zobowiązuje się do zachowania poufności otrzymywanych do oceny aplikacji i danych.
5. Członkowie Jury oceniają aplikacje online w ramach posiadanych przez siebie kompetencji oraz doświadczenia. Z uwagi na powyższe Jury Konkursu zostało podzielone na trzy zespoły ekspertów:
 - a. Jury Merytoryczne dot. oceny aplikacji obiektów oraz firm usługowych w zakresie: biznes i strategia, a także innowacyjne rozwiązania i nowe technologie;
 - b. Jury Merytoryczne dot. oceny aplikacji obiektów oraz firm usługowych w zakresie: marketing obiektów handlowych, agencje;
 - c. Jury Strategiczne – zespół ekspertów wyznaczających laureatów nagród specjalnych, których aplikacje wymkają się ramom ustanowionym przez definicje i formularz aplikacyjny, ale zasługują na wyjątkowe uznanie, kreują trendy i określają kierunki rozwoju branży nieruchomości komercyjnych.
6. Decyzje Jury Konkursu są tajne do chwili ogłoszenia wyników Konkursu podczas Gali PRCH Retail Awards 2026.

§ 5

PROCES OCENY

I ETAP

Indywidualna analiza Formularzy Aplikacyjnych przez poszczególnych członków Jury Konkursu oraz wypełnienie formularza oceny.

II ETAP

Wyłonienie i ogłoszenie nominowanych.

III ETAP

Ocena uzupełniająca aplikacji w kategoriach osobowych:

Ma formę spotkań on-line grupy reprezentacyjnej Jury z kandydatami zgłoszonymi w kategoriach osobowych. Rozmowa trwa ok. 45 minut i jest uzupełnieniem informacji zawartych w formularzu aplikacji dla danej kategorii. O terminach rozmów Organizator poinformuje kandydatów z minimum 7-dniowym wyprzedzeniem.

Ocena uzupełniająca aplikacji w pozostałych kategoriach:

Odbywa się na wniosek Jury i zazwyczaj nie wymaga zaangażowania zgłaszających. W wyjątkowych przypadkach, na wniosek Jury, Organizator może poprosić o uzupełnienie informacji i danych o czym poinformuje zgłaszających drogą mailową z 7-dniowym wyprzedzeniem.

IV ETAP

Wyłonienie laureatów i ich ogłoszenie podczas Gali PRCH Retail Awards.

§ 6

KRYTERIA OCENY

1. Jury merytoryczne analizuje aplikacje konkursowe i przyznaje odpowiednią punktację, biorąc pod uwagę szczegółowe kryteria oceny określone Formularzem Oceny i Formularzem Aplikacyjnym. Aby zapoznać się z zakresem aplikacji oraz kryteriami oceny, prosimy o kontakt na adres retailawards@prch.org.pl.
2. Na wniosek Jury możliwe jest zastosowanie oceny uzupełniającej, w formie opisanej w § 5 powyżej.
3. Każda aplikacja może otrzymać maksymalnie 50 punktów.
4. Aby znaleźć się w gronie nominowanych, aplikacja musi uzyskać minimum 25 punktów.
5. Aby otrzymać Srebrną Nagrodę, aplikacja musi uzyskać minimum 35 punktów.
6. Aby otrzymać Złotą Nagrodę, aplikacja musi uzyskać minimum 40 punktów.
7. W ramach jednej kategorii Organizator ma prawo wręczyć maksymalnie jedną Złotą i dwie Srebrne Nagrody tym laureatom, których aplikacje uzyskały 3 najwyższe oceny zgodnie z zakresem punktacji wskazanym w § 6 pkt. 5 i 6 powyżej.

Wyjątek stanowią kategorie osobowe, w których organizator wręcza maksymalnie jedną nagrodę, zgodnie z uzyskanym wynikiem i zakresem punktacji wskazanym w § 6 pkt. 5 i 6 powyżej.

8. Jury Strategiczne analizuje aplikacje konkursowe i ma prawo przyznać Nagrody Specjalne bez nadawania punktacji.
9. Organizator ma prawo wręczyć Nagrodę Specjalną.
10. Z uwagi na wymagania Konkursu dopuszcza się możliwość braku nominacji oraz Nagród w kategoriach, w których żadna z aplikacji nie zdobędzie minimalnej kwalifikowanej punktacji. Dana aplikacja może więc uzyskać najwyższą punktację w swojej kategorii i jednocześnie nie otrzymać nominacji lub Nagrody, ponieważ nie przekroczy wymaganego progu punktowego.

§ 7

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

1. Laureaci Konkursu zostaną ogłoszeni podczas Gali PRCH Retail Awards.
2. Laureaci, którzy zwyciężyli w danej kategorii otrzymają Nagrodę w postaci Złotej Statuetki PRCH Retail Awards.
3. Laureaci, którzy zostali wyróżnieni w danej kategorii otrzymają Srebrną Statuetkę PRCH Retail Awards.
4. Laureaci Nagrody Specjalnej otrzymają Nagrodę w postaci Statuetki PRCH Retail Awards.
5. Organizator zastrzega sobie prawo do prezentowania na ekranie głównym podczas części oficjalnej Gali PRCH Retail Awards wybranych projektów.

§ 8

REKLAMACJE I ZWROTY

1. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres retailawards@prch.org.pl w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od dnia zaistnienia podstawy reklamacji. Reklamacje zgłoszone 7 dni po dacie tegorocznej Gali PRCH Retail Awards nie będą rozpatrywane.
2. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko, telefon oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
3. Reklamacje rozpatrywane będą przez Zarząd PRCH w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wiadomość e-mail.
4. Werdykt Jury w zakresie wyboru Nominacji, Nagród oraz Nagród Specjalnych nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

§ 9

DANE OSOBOWE

1. Administratorem, czyli podmiotem decydującym o tym, jak będą wykorzystywane dane osobowe, jest Stowarzyszenie Polska Rada Centrów Handlowych z siedzibą w Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 50, 00-695 Warszawa, wpisaną do Rejestru stowarzyszeń innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz publicznych zakładów opieki zdrowotnej Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000227312, NIP: 5342289555 (dalej „PRCH” lub „Organizator”).

2. We wszystkich sprawach dotyczących przetwarzania danych osobowych oraz korzystania z praw związanych z przetwarzaniem danych prosimy o kontakt pod adresem email: rodo@prch.org.pl
3. Dane są przetwarzane w celu prawidłowego przeprowadzenia konkursu „PRCH Retail Awards”, w tym wyłonienia zwycięzców tego konkursu, oraz doręczenia nagród uprawnionym zwycięzcom oraz w celu prawidłowego przeprowadzenia plebiscytu, w tym wyłonienia zwycięzców.
4. Dane osobowe uczestników będą przetwarzane przez administratora przez okres niezbędny do przeprowadzenia konkursu lub plebiscytu, a także przez czas konieczny dla obrony przez administratora przed roszczeniami, tj. przez okres przedawnienia takich roszczeń; po tym okresie dane osobowe będą przetwarzane jedynie w celu i w zakresie wynikającym z przepisów prawa.
5. Dane osobowe w trakcie ich przetwarzania mogą być ujawniane następującym kategoriom odbiorców: upoważnionym przez Administratora osobom zatrudnionym u Administratora, podmiotom przetwarzającym dane na zlecenie i w imieniu Administratora oraz osobom upoważnionym, zatrudnionym w tych podmiotach.
6. Przetwarzane dane osobowe nie będą przekazywane do odbiorców znajdujących się w państwach poza Europejskim Obszarem Gospodarczym (Kraje Unii Europejskiej oraz Islandia, Liechtenstein i Norwegia).
7. Wszystkim uczestnikom Konkursu przysługuje prawo dostępu do swoich danych oraz prawo żądania ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania. Jeśli podstawą przetwarzania Państwa danych osobowych jest prawnie uzasadniony interes Administratora, mogą Państwo wnieść sprzeciw wobec przetwarzania danych osobowych. W szczególności przysługuje Pani/Panu prawo sprzeciwu wobec przetwarzania na potrzeby marketingu bezpośredniego, w tym profilowania i w celach analitycznych.
8. W zakresie, w jakim podstawą przetwarzania danych osobowych jest zgoda, jest możliwość cofnięcia zgody. Cofnięcie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem.
9. Uczestnikom konkursu przysługuje prawo do przenoszenia danych.
10. Uczestnikom konkursu przysługuje również prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych.
11. Podanie przez uczestników danych osobowych jest dobrowolne, ale konieczne dla prawidłowego przeprowadzenia konkursu i wydania uprawnionym uczestnikom nagrody.
12. Odmowa podania danych osobowych uniemożliwi uczestnikowi udział w konkursie.
13. Dane osobowe nie będą wykorzystane do profilowania lub do zautomatyzowanego podejmowania decyzji względem Ciebie.
14. W celu usunięcia konta lub zmiany danych osoby kontaktowej należy skontaktować się z Organizatorem, przysyłając informacje na adres poczty elektronicznej retailawards@prch.org.pl

§ 8

POZOSTAŁE POSTANOWIENIA

1. PRCH zastrzega sobie prawo do zmiany nazw oraz zmniejszenia / zwiększenia liczby kategorii.
2. PRCH zastrzega sobie prawo do zmiany terminów podanych w Regulaminie.
3. Uzupelnienie i przesłanie do PRCH wypełnionego Formularza Zgłoszeniowego online jest równoznaczne z udzieleniem PRCH upoważnienia do wykorzystania logotypu Firmy Zgłaszanej lub zgłaszanego podmiotu we wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych dotyczących Konkursu, w tym m.in. na stronie www.prch.org.pl oraz www.retailawards.org.pl

4. PRCH zastrzega sobie prawo do publikacji jedynie wybranych aplikacji, projektów w materiałach informacyjnych i promocyjnych dotyczących Konkursu oraz na Gali PRCH Retail Awards.
5. PRCH zastrzega sobie prawo do skracania opisów aplikacji i projektów podanych w odpowiednim polu w Formularzu Aplikacyjnym we wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych dotyczących Konkursu.
6. PRCH zastrzega sobie prawo do wyboru zdjęć / grafik zamieszczonych w odpowiedniej zakładce formularza aplikacyjnego, wykorzystywanych do przedstawienia sylwetki zgłoszonego projektu we wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych dotyczących Konkursu.
7. Dane wpisane do Formularza Zgłoszeniowego oraz Formularza Aplikacyjnego są poufne i nie będą udostępniane osobom trzecim, z wyjątkiem pracowników PRCH oraz Jury Konkursu.
8. PRCH nie ponosi odpowiedzialności za nieprawdziwe dane wpisane do Formularza Zgłoszeniowego lub Formularza Aplikacyjnego przez Uczestnika Konkursu.
9. Podanie nieprawdziwych lub niepełnych danych w Formularzu Zgłoszeniowym lub Formularzu Aplikacyjnym skutkuje dyskwalifikacją z Konkursu.
10. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub na materiałach reklamowych lub promocyjnych. Wszystkie treści zawarte w materiałach reklamowo-promocyjnych mają charakter jedynie informacyjny. Moc prawną mają jedynie postanowienia niniejszego Regulaminu i obowiązujące przepisy prawa.
11. Naruszenie przez Uczestnika któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji o wykluczeniu składanych przez niego aplikacji i/lub utracie przez Uczestnika prawa do Nagrody.
12. Zgłoszenie do Konkursu jest równoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu przez Uczestnika.