

Regulamin Plebiscytu Franchise Brands with Impact. Marki, które mają wpływ

obowiązuje od 1 kwietnia 2026

1. KONTEKST I CELE

Celem Plebiscytu „Franchise Brands with Impact. Marki, które mają wpływ” jest stymulowanie odpowiedzialnego franchisingu, opartego na budowaniu dobrze poukładanych, systemowych, powielalnych Organizacji Franczyzowych, które konkurują tzw. Innowacją Franczyzy, dotrzymują obietnicy we franczyzie i pamiętają, że franczyza jest przede wszystkim o Ludziach.

Organizatorzy: Monika Ferreira – Founding Partner, Strategic Advisor w praktyce doradztwa strategicznego IGS In Good Strategy, Franczyza 2.0 oraz Wydział Zarządzania Politechniki Warszawskiej reprezentowany przez prof. Eryka Głodzińskiego, prodziekana wydziału, wraz ze swoimi Partnerami pragnie podnieść świadomość na temat odpowiedzialnego franchisingu, prezentując największych innowatorów i mobilizatorów rynku franczyzowego w Polsce poprzez przyznanie nagrody FRANCHISE BRANDS WITH IMPACT.

Zapraszamy Państwa Markę Franczyzową i Dostawców Rozwiązań dla Marek Franczyzowych do udziału w trzeciej edycji Plebiscytu „Franchise Brands with Impact. Marki, które mają wpływ” – Jak zaangażowane Marki Franczyzowe wpływają na biznes i społeczeństwo i inspirują do zmiany we franczyzie?

W trzeciej edycji wprowadzamy trzy nowe kategorie dla Marek Franczyzowych – International Expansion with Impact oraz Change the Game with Impact – kierując uwagę na ekspansję międzynarodową oraz strategiczną zmianę i transformację systemów franczyzowych. Zarówno do Jury, jak i do zgłoszeń zapraszamy w tym roku również Liderów z rynku globalnego. Uruchamiając Plebiscyt, chcemy energetyzować branżę franczyzy i sprawiać, że wzrośnie liczba Marek, które podłączą się do naszego dialogu i sięgnie po impact, uczestnicząc w tej jakościowej zmianie.

Będziemy pokazywali coraz więcej dobrych praktyk, nie tylko po stronie Marek, ale również po stronie Dostawców rozwiązań dla Marek Franczyzowych.

W ekosystemie współpracy i dialogu Franczyza 2.0 bardzo wierzymy, że to zaangażowane społecznie i środowiskowo, inspirujące Marki Franczyzowe, potrafiące energetyzować Franczyzobiorców Innowacją Systemu Franczyzy i w ten sposób pomagać im prowadzić dobry biznes na licencji, w największym stopniu będą budowały wartość swoich marek i wartość przedsiębiorstwa franczyzowego w przyszłości. Te inspirujące Marki Franczyzowe to tzw. Franchise Brands with Impact, budujące impactowe rozwiązania organizacyjne, technologiczne i programy społeczne dla swoich Franczyzobiorców, które mają zwiększać dla nich wartość z uczestnictwa w Sieci.

Nagroda będzie przyznawana corocznie Markom Franczyzowym oraz dostawcom rozwiązań dla franczyzy i wyróżniać inicjatywy i projekty, które w znaczący sposób przyczyniają się do konkurowania tzw. Innowacją Franczyzy, pamiętając, że franczyza jest przede wszystkim o

ludziach.

Nagroda ma charakter niematerialny i przynosi dużą rozpoznawalność w postaci zwiększonego zainteresowania opinii publicznej i wzmożonej obecności w mediach. Głównym Patronem Medialnym Plebiscytu jest onet.pl.

Zwycięzcy zostaną ogłoszeni podczas Konferencji Franczyza 2.0, która odbędzie się 7 października 2026 w Warszawie w CIC Cambridge Innovation Center, ul. Chmielna 73 (offline i online).

2. DEFINICJE

1. Organizatorem Plebiscytu jest Monika Ferreira, prowadząca praktykę doradztwa strategicznego i strategicznego doradztwa franczyzowego pod marką I'GS In Good Strategy Franczyza 2.0, z siedzibą w Piasecznie 05-500, przy ul. Zielonej 17/36, NIP 123 068 69 29 (zwana dalej „Organizatorem”).
2. Regulamin Plebiscytu Franchise Brands With Impact. Marki, które mają wpływ (zwany dalej „Regulaminem”) określa organizację, zasady zgłaszania uczestników, warunki uczestnictwa, sposób oceny inicjatyw zgłoszonych przez uczestników oraz terminy Plebiscytu pod nazwą Franchise Brands With Impact. Marki, które mają wpływ.
3. Wnioskodawca – oznacza osoby fizyczne, które: prowadzą indywidualną działalność gospodarczą; prowadzą działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej w modelu franczyzy; osoby prawne, jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawa przyznaje zdolność prawną lub grupy tych osób realizujące swój model biznesowy w modelu franczyzy. Wnioskodawcy składają wniosek o przystąpienie do udziału w Plebiscycie za pośrednictwem Formularza Zgłoszeniowego, w terminie od rozpoczęcia naboru wniosków do jego zamknięcia (zwanej dalej „Uczestnikiem”).
4. Marki franczyzowe – firmy działające w systemie sieciowym prowadzące co najmniej 5 punktów franczyzowych lub posiadające w swoim systemie 5 franczyzobiorców.
5. Rozwiązania i marki licencyjne – firmy działające w systemie sieciowym i skupiające w ramach sieci przynajmniej 5 partnerów licencyjnych, poza wschodzącymi markami franczyzowymi, które mogą posiadać minimum 2 partnerów. Dostawcy rozwiązań dla Sieci Franczyzowych – dostawcy rozwiązań do produktów, usług lub technologii dla organizacji sieciowych, którzy współpracują z przynajmniej 2 sieciami franczyzowymi.
6. Formularz Zgłoszeniowy – formularz dostępny na stronie internetowej ingoodstrategy.com/plebiscyt, który umożliwia Wnioskodawcy zgłoszenie chęci udziału w Plebiscycie oraz złożenie wniosku w formie elektronicznej za pośrednictwem formularza na stronie internetowej.
7. Kapituła Plebiscytu – grupa ekspertów wybrana przez Organizatora, która oceni Projekty Uczestników.
8. Przewodniczący Kapituły – koordynator prac Kapituły, który pilnuje porządku obrad, moderuje dyskusję oraz prowadzi zestawienie ocen przyznanych przez członków Kapituły.

3. PRZEDMIOT PLEBISCYTU

Oceniane będą projekty i inicjatywy zgłoszone w jednej z kategorii wskazanych w pkt 4.1. Dotyczyć to będzie projektów/inicjatyw o Impactowym charakterze, realizowanych/zrealizowanych w Polsce i na rynku międzynarodowym:

- rozpoczętych w 2025 roku i zakończonych w 2026 roku

- rozpoczętych w 2025 roku, ale jeszcze nie zakończonych

Zgłoszenie w danej Kategorii może nastąpić bezpośrednio lub na skutek nominacji przez osobę trzecią. Spośród zakwalifikowanych formalnie inicjatyw wybrana zostanie jedna inicjatywa w danej kategorii, która otrzyma nagrodę, oraz jedna inicjatywa, która zostanie wyróżniona w wyniku głosowania publiczności.

4. ZASADY PLEBISCYTU

Uczestnictwo w Plebiscycie jest bezpłatne. Niezależnie od Plebiscytu prowadzona będzie komunikacja, która zakłada promowanie marek w social mediach. Podmioty, które ubiegają się o nagrodę FRANCHISE BRANDS WITH IMPACT, mogą zgłosić swoje inicjatywy w następujących kategoriach:

5. KATEGORIE NAGRÓD

5.1 Dla Marek Franczyzowych

Człowiek w centrum Franczyzy

W tej kategorii nagradzamy Marki i/lub rozwiązania Dostawców, które w realny, mierzalny sposób inwestują w Człowieka – Franczyzobiorcę i jego zespół – traktując go jak partnera we wspólnym biznesie, a nie tylko licencjobiorcę. Nagradzamy podejścia, które budują dobrostan i odporność Franczyzobiorcy (zawodową, finansową, fizyczną, społeczną i mentalną) w czasach rosnącej presji rynkowej, kosztowej i technologicznej, oraz sprawiają, że Franczyzobiorca chce zostać w sieci, rozwijać się razem z nią i zarabiać na tej relacji długoterminowo.

Co można zgłosić w tej kategorii?

- >> Program lub inicjatywę stymulującą rozwój przedsiębiorczości Franczyzobiorcy i/lub rozwój lokalnego leadershipu Partnerów.
- >> Program lub inicjatywę wspierającą dobrostan psychiczny i odporność Franczyzobiorcy na presję biznesową, kosztową i rynkową – w tym profilaktykę wypalenia.
- >> Program lub inicjatywę poprawiającą dobrostan finansowy Franczyzobiorcy w obliczu rosnących kosztów prowadzenia biznesu, powiązaną z celami sieci i realizowaną w skali.
- >> Program lub inicjatywę potwierdzającą praktykę kultury organizacyjnej, wspólnych wartości i realnego głosu Franczyzobiorcy we współtworzeniu strategii i kierunku rozwoju sieci.
- >> Program lub inicjatywę stymulującą maksymalizowanie jakości życia i poczucia wspólnoty Człowieka w sieci, mierzone i wyrażone poprawą satysfakcji i lojalności Franczyzobiorców (np. z wykorzystaniem wskaźnika NPS).

Technologia dla Wpływu we Franczyzie

W tej kategorii nagradzamy Marki, które w erze AI potrafią przekuć technologię w realną przewagę konkurencyjną i wzrost efektywności całej sieci – nie tylko na poziomie centrali, ale przede wszystkim w codziennej pracy Franczyzobiorcy i jego zespołu. To marki, które traktują

technologię strategicznie: budują zintegrowany ekosystem danych i narzędzi, wdrażają sztuczną inteligencję w sposób przemyślany i odpowiedzialny, i potrafią realnie zaadaptować całą organizację – ludzi, procesy, kompetencje – do nowego, technologicznego sposobu działania.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Programy lub rozwiązania zakładające strategiczne wykorzystanie technologii i AI, które zmieniają model biznesowy sieci lub tworzą nowe modele biznesowe oparte na cyfrowych produktach, usługach lub agentach AI.

>> Program rozwoju organizacyjnego lub rozwiązanie pozwalające na przyjęcie nowego modelu działania Organizacji Franczyzowej i sposobu zarządzania – szybszego, bardziej elastycznego, lepiej transferującego know-how dzięki zintegrowanym danym i narzędziom.

>> Program wykorzystania AI (w tym generatywnej i agentowej), który wykracza poza hype – zakłada plan działania, rozwój kompetencji cyfrowych zespołu i Franczyzobiorców, kulturę danych i przebudowę procesów organizacji. (Sekretem pełnego potencjału technologii jest fakt, że nigdy nie jest to tylko technologia).

>> Narzędzia i asystentów AI wdrożone bezpośrednio w codziennej pracy Franczyzobiorcy i jego zespołu (np. AI copilot wspierający obsługę klienta, sprzedaż, planowanie czy zgodność ze standardami), realnie podnoszące efektywność unitu.

>> Praktykę odpowiedzialnego i bezpiecznego wykorzystania AI w sieci – politykę danych, zgodność i ochronę prywatności klientów oraz Franczyzobiorców, spójną mimo niezależności prawnej poszczególnych jednostek.

>> Technologię wspierającą społeczną zmianę czy zaangażowanie społeczne lub środowiskowe.

Organizacja Franczyzowa Jutra

W tej kategorii nagradzamy Marki, które świadomie projektują Organizację Franczyzową zdolną do wzrostu i zmiany – nie tylko dziś, ale i jutro. To sieci, które traktują swój System jako żywy, stale doskonalony produkt: mają dobrze zdefiniowany, powtarzalny model operacyjny, na którym da się zarobić, potrafią transferować know-how do Partnerów zarówno w zakresie prowadzenia biznesu, jak i zarządzania jego rozwojem, i jednocześnie budują zdolność do szybkiej adaptacji, gdy zmienia się rynek, technologia czy skala sieci. To znaczy dotrzymują obietnicy we=franczyzie – dziś i w miarę wzrostu.

Co można zgłosić w tej kategorii?

Nowe rozwiązania i programy potwierdzające praktykę Innowacji Franczyzy – generowanie nowych rozwiązań strategicznych, organizacyjnych, systemowych, zarządczych i technologicznych, ich testowanie oraz wycofywanie tych, które nie służą franczyzie, aby lepiej konkurować i lepiej zarabiać jako Franczyzobiorca i Franczyzodawca.

>> Rozwiązania budujące skalowalność operacyjną Organizacji – strukturę, procesy i system zarządzania gotowe na przyjęcie kolejnych nowych unitów rocznie bez utraty jakości wsparcia dla Franczyzobiorców.

>> Praktykę równoważenia standaryzacji i lokalnej autonomii – system, który jest powtarzalny i łatwy do przeniesienia na nowe rynki czy jednostki, a jednocześnie zostawia Franczyzobiorcom przestrzeń do adaptacji lokalnej.

>> Nowe modele struktury organizacyjnej i przywództwa w sieci (np. rozproszone zespoły, nowe role, zarządzanie wieloma pokoleniami Franczyzobiorców i pracowników), które zastępują tzw. gaszenie pożarów planowaniem i systemowym transferem wiedzy.

>> Rozwiązania zwiększające odporność Systemu Franczyzowego na zmiany rynkowe, technologiczne i pokoleniowe – zdolność organizacji do uczenia się i przeprojektowywania siebie w cyklu: Myśl. Planuj. Zmieniaj. Ucz się.

Zaangażowana Marka we Franczyzie (p u r p o s e - d r i v e n f r a n c h i s e b r a n d)

W tej kategorii nagradzamy Marki Franczyzowe, które przechodzą od deklarowanego do realnie żyjącego purpose – budują zaangażowaną społecznie i środowiskowo markę, której działania da się zweryfikować, a nie tylko zakomunikować. To marki, które łączą wpływ z wynikiem biznesowym i robią różnicę dla wszystkich interesariuszy: klientów i tzw. Zero Consumer (świadomego konsumenta, który sprawdza markę, zanim jej zaufa), Franczyzobiorców i ich zespołów, lokalnych społeczności oraz inwestorów. To marki "podziwiane", które dzięki autentycznemu zaangażowaniu budują trwałą wartość rynkową, a nie tylko chwilowy wizerunek.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Programy i rozwiązania wyrażające realne, mierzalne społeczne i środowiskowe zaangażowanie Marki – z udokumentowanym wpływem, a nie tylko komunikacją czy deklaracją.

>> Inicjatywy angażujące lokalne społeczności wokół placówek franczyzowych – wykorzystanie unikalnej, hiperlokalnej obecności sieci jako realnej przewagi w budowaniu zaangażowania społecznego.

>> Praktyki purpose skierowane nie tylko na zewnątrz (do klientów), ale i do wewnątrz sieci – budujące poczucie sensu i dumy wśród Franczyzobiorców i ich zespołów.

>> Programy pokazujące, jak zaangażowanie społeczne i środowiskowe przekłada się na wynik biznesowy Marki i jej Franczyzobiorców, a nie tylko na wizerunek.

>> Rozwiązania odpowiadające na zmieniające się oczekiwania Zero Consumer – transparentność, autentyczność i odporność Marki na zarzuty greenwashingu czy purposewashingu.

Franchise Impact Lider - Lider, który ma wpływ.

W tej kategorii nagradzamy Liderów – Managerów po stronie Franczyzodawcy, którzy dzięki swojej charyzmie, modelowi przywództwa i umiejętności prowadzenia sieci przez zmianę mają

szczególny, mierzalny wpływ na wyniki całej Organizacji Franczyzowej oraz na motywację i wyniki Francyzobiorców. To Liderzy, którzy potrafią przewodzić nie hierarchii, a sieci niezależnych przedsiębiorców – budując zaufanie, wspólny kierunek i zaangażowanie tam, gdzie nie mają bezpośredniej władzy, tylko realny autorytet. W tej kategorii szczególnie nagradzane będą postawy Liderów, którzy wspierają Innowację Systemu – wdrażanie nowych rozwiązań strategicznych, organizacyjnych, technologicznych (w tym AI) i zarządczych w czasach szybko zmieniającego się otoczenia biznesu – i potrafią zabrać całą sieć Francyzobiorców w tę podróż do zmiany, zamiast narzucać ją odgórnie.

Kryteria oceny:

- >> Udokumentowany wpływ na wyniki biznesowe sieci – wzrost, rentowność, retencję Francyzobiorców.
- >> Konkretnie przykłady wdrożonej pod jego/jej przywództwem Innowacji Systemu (strategicznego, organizacyjnego, technologicznego lub zarządczego).
- >> Zdolność budowania zaangażowania i zaufania wśród niezależnych Francyzobiorców – wpływ realnym autorytetem, nie formalną władzą.
- >> Styl prowadzenia sieci przez zmianę – sposób komunikacji, umiejętność „zabrania” Partnerów w podróż do zmiany.
- Rekomendacje i opinie Francyzobiorców o współpracy z Liderem.

Impactowy Francyzobiorca

W tej kategorii nagradzamy silnych Francyzobiorców – Liderów – Przedsiębiorców, którzy dzięki swoim kompetencjom przedsiębiorczym i modelowi przywództwa osiągają ponadprzeciętne wyniki finansowe, także w czasach rosnącej presji kosztowej i rynkowej. To Przedsiębiorcy, którzy świadomie zarządzają swoim biznesem – korzystając z danych, technologii i AI w codziennym prowadzeniu placówki – dzięki czemu mają prawdziwy impact: świadomy wpływ na swoje wyniki finansowe i na rozwój sieci, w której działają. To Francyzobiorcy, których szczególnie wyróżnia: poczucie misji, praktyka wspólnych wartości i kultury współtworzenia, myślenie wzrostowe, odwaga działania, zorientowanie na zysk i gotowość do dzielenia się wiedzą z innymi Partnerami w sieci. W tej kategorii szczególnie nagradzane będą postawy Francyzobiorców, które pozwalają na współtworzenie Innowacji Systemu – otwartość na zwinne wdrażanie nowych rozwiązań strategicznych, organizacyjnych, technologicznych i zarządczych, aby jako sieć i jako lokalny Przedsiębiorca lepiej konkurować, gdy otoczenie biznesu się zmienia.

Kryteria oceny:

- >> Ponadprzeciętne wyniki finansowe placówki/placówek na tle sieci lub rynku.
- >> Świadome zarządzanie biznesem – wykorzystanie danych, technologii i AI w codziennym prowadzeniu unitu.
- >> Postawa przedsiębiorcza: poczucie misji, myślenie wzrostowe, odwaga działania,

zorientowanie na zysk.

>> Aktywny udział we współtworzeniu Innowacji Systemu – pilotaże, feedback, otwartość na zwinne wdrażanie nowych rozwiązań.

>> Wkład w rozwój innych Franczyzobiorców i sieci – mentoring, dzielenie się dobrymi praktykami.

International Expansion with Impact (Ekspansja Międzynarodowa z Impactem), NEW 2026

W tej kategorii nagradzamy Marki Francyzowe, które odważnie i świadomie budują swoją obecność poza rynkiem macierzystym, przenosząc sprawdzony model biznesowy i System Francyzowy na nowe rynki i geografie, z poszanowaniem lokalnej kultury i potrzeb Franczyzobiorców. To marki, które traktują ekspansję międzynarodową nie jako przypadkowy efekt uboczny wzrostu, a jako świadomą strategię, popartą powtarzalnym, skalowalnym modelem operacyjnym – i potrafią zarządzać nią odpowiedzialnie także w czasach niepewności rynkowej, walutowej i geopolitycznej.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Strategię i praktykę wejścia na nowe rynki zagraniczne, opartą na przetestowanym, powielalnym Systemie Francyzowym.

>> Wyniki i efekty biznesowe ekspansji: tempo wzrostu, rentowność nowych rynków, satysfakcję lokalnych Franczyzobiorców, odporność modelu na zmienne otoczenie rynkowe.

>> Programy adaptacji modelu biznesowego, standardów i know-how do lokalnych realiów kulturowych, prawnych i konsumenckich, bez utraty tożsamości Marki.

>> Rozwiązania technologiczne wspierające zarządzanie wielorynkowe – standaryzację, zdalne wsparcie i szkolenie Master Franczyzobiorców i subfranczyzobiorców, monitorowanie wyników na odległość.

>> Rozwiązania wspierające transfer wiedzy, edukację i wsparcie operacyjne dla Franczyzobiorców i Partnerów zagranicznych.

Udana zmiana w Organizacji - Change the Game with Impact, NEW 2026

W tej kategorii nagradzamy Marki Francyzowe, które przeprowadziły znaczącą, świadomie zaplanowaną zmianę organizacyjną – strategiczną, strukturalną, technologiczną (w tym wynikającą z wdrożenia AI) lub kulturową – i potrafiły przeprowadzić przez nią całą sieć: zespół centrali oraz Franczyzobiorców. To docenienie odwagi, konsekwencji i umiejętności zarządzania zmianą w organizacji sieciowej, gdzie zmiana musi zostać przyjęta i wdrożona przez wielu niezależnych przedsiębiorców – szczególnie dziś, gdy tempo zmian technologicznych i rynkowych wymaga od sieci elastyczności większej niż kiedykolwiek wcześniej.

Co można zgłosić w tej kategorii?

- >> Proces transformacji strategicznej, organizacyjnej lub technologicznej, wraz z opisem podejścia do zarządzania zmianą i komunikacji z siecią. Inicjatywy, które realnie zmieniły sposób funkcjonowania Organizacji Franczyzowej (np. nowy model zarządzania, reorganizację struktury, wdrożenie nowego systemu operacyjnego lub narzędzi AI).
- >> Zmiany organizacyjne wynikające z wdrożenia AI lub automatyzacji – nowy podział ról, zmienione procesy decyzyjne, przekwalifikowanie zespołów.
- >> Programy budowania zaangażowania i współtworzenia zmiany razem z Franczyzobiorcami, ograniczające opór i zwiększające adopcję nowych rozwiązań.
- >> Mierzalne rezultaty zmiany: poprawę wyników biznesowych, satysfakcji Franczyzobiorców lub efektywności operacyjnej po wdrożeniu.

Wschodząca Marka Franczyzowa, NEW 2026

W tej kategorii nagradzamy Marki, które dopiero wprowadzają model franczyzowy na rynek – są na wczesnym etapie budowania sieci, ale już pokazują, że robią to świadomie i z dobrze przemyślanym fundamentem pod przyszły wzrost. To docenienie odwagi w wejściu na drogę franczyzową w wymagającym, szybko zmieniającym się otoczeniu rynkowym oraz jakości przygotowania modelu, który ma szansę skalować się odpowiedzialnie – z korzyścią zarówno dla Franczyzodawcy, jak i pierwszych Franczyzobiorców.

Co można zgłosić w tej kategorii?

- >> Historię uruchomienia modelu franczyzowego – od decyzji o franczyzie, przez zbudowanie Modelu Operacyjnego, po pozyskanie pierwszych Franczyzobiorców.
- >> Sposób przygotowania fundamentów sieci: standardy operacyjne, system wsparcia Franczyzobiorców, model finansowy współpracy, wykorzystanie technologii (w tym AI) już na starcie budowy sieci.
- >> Pierwsze mierzalne rezultaty rozwoju sieci – liczbę i tempo pozyskiwania Franczyzobiorców, wyniki pierwszych placówek, poziom ich satysfakcji.
- >> Podejście do budowania relacji i zaufania z pierwszymi Franczyzobiorcami – sposób komunikacji, transparentność, wspólne ustalanie zasad współpracy na starcie.
- >> Plan rozwoju sieci na kolejne lata, pokazujący świadomość wyzwań skalowania i gotowość do odpowiedzialnego wzrostu.

5.2 Dla Dostawców Rozwiązań

Człowiek w Centrum Franczyzy

W tej kategorii nagradzamy Dostawców Rozwiązań do sieci franczyzowych, którzy dostarczają rozwiązania mające realny wpływ na Człowieka – Franczyzobiorcę w sieci: na jego dobrostan zawodowy, finansowy, fizyczny i społeczny. W czasach rosnącej presji kosztowej, tempa zmian i

coraz szerszego wykorzystania AI w codziennej pracy, szczególnie doceniamy rozwiązania, które pomagają Francyzobiorcom i ich zespołom radzić sobie z tą złożonością – zamiast jej dokładać – i realnie odciążają ludzi, a nie tylko procesy.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Program, narzędzie lub inicjatywę, wdrożone z siecią francyzową (lub przygotowane dla sieci), stymulujące rozwój przedsiębiorczości Francyzobiorcy i/lub rozwój lokalnego leadershipu Partnerów.

>> Rozwiązanie – w tym oparte na danych lub AI – poprawiające dobrostan Francyzobiorcy i jego zespołu, powiązane z celami biznesu i z celami Człowieka w sieci, wdrożone w skali.

>> Narzędzie lub program wykorzystujący technologię (w tym AI) do odciążenia Francyzobiorcy z powtarzalnych zadań administracyjnych lub operacyjnych, dający mu więcej przestrzeni na ludzi i biznes.

>> Inicjatywę stymulującą maksymalizowanie jakości życia Człowieka w sieci, mierzone i wyrażone poprawą satysfakcji Francyzobiorców, z wykorzystaniem wskaźnika NPS.

Technologia wpływu we Francyzie

W tej kategorii nagradzamy Dostawców Rozwiązań dla francyzy, których rozwiązanie pozwala na wykorzystanie technologii w nowy, skalowalny sposób, wspierając wzrost i efektywność biznesu sieci francyzowej. Punktem wyjścia jest osadzenie zgłoszonego programu lub rozwiązania w kontekście całościowej transformacji cyfrowej organizacji oraz jego mierzalny wpływ na kluczowe wskaźniki operacyjne i wyniki finansowe sieci – zarówno biznesu Francyzodawcy, jak i Francyzobiorcy. W obliczu szybkiego rozwoju AI szczególnie premiowane będą rozwiązania, które przechodzą od eksperymentu do realnie wdrożonej wartości biznesowej w skali całej sieci, a nie pojedynczego pilotażu.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Rozwiązanie technologiczne lub sekwencję wdrożeń technologicznych, które wspierają całościową transformację technologiczną i organizacyjną sieci – zarówno biznesu Francyzodawcy, jak i Francyzobiorcy – oraz długofalowe cele .. biznesowe sieci, a nie tylko punktowe usprawnienie pojedynczego procesu.

>> Podejście do przygotowania organizacji (ludzi, procesów, danych) do transformacji technologicznej – sposób, w jaki Dostawca buduje gotowość sieci do przyjęcia zmiany, zanim jeszcze wdroży narzędzie.

>> Rozwiązania zakładające strategiczne wykorzystanie technologii, która zmienia model biznesowy sieci lub tworzy nowe modele biznesowe oparte na cyfrowych produktach lub usługach.

>> Rozwiązania wspierające nowy sposób działania i zarządzania Organizacją Francyzową – systemy CRM, ERP z panelami dla Francyzobiorców, platformy e-learningowe i inne narzędzia zwiększające skalowalność, szybkość działania i transfer know-how w sieci.

>> Wdrożenie AI (w tym GenAI i rozwiązań agentowych) nastawione na realną transformację organizacji lub wybranych procesów – z mierzalnym efektem biznesowym wykraczającym poza hype.

>> Technologię wspierającą odpowiedzialne i bezpieczne wdrażanie danych i AI w sieci – budującą zaufanie Franczyzobiorców do nowych narzędzi.

>> Technologię wspierającą społeczną lub środowiskową zmianę i zaangażowanie Marek.

Rozwiązanie finansowe dla Franczyzy

W tej kategorii nagradzamy Dostawców Rozwiązań dla franczyzy, którzy dostarczają rozwiązania w zakresie finansowania biznesu we franczyzie i/lub rozwiązania płatnicze i technologiczne wspierające zarządzanie finansami po stronie Francyzodawcy i Franczyzobiorcy. W czasach rosnącej presji kosztowej i potrzeby elastycznego finansowania szczególnie liczy się trwałość i powtarzalność wykorzystania rozwiązania – jego osadzenie w strategicznym, powtarzalnym modelu operacyjnym współpracy franczyzowej, a nie incydentalne czy okazjonalne zastosowanie.

Co można zgłosić w tej kategorii?

>> Rozwiązania finansowe dla sieci franczyzowych w zakresie leasingu operacyjnego i finansowego: sprzęt i wyposażenie lokalu (np. meble, POS, ekspresy, komputery), które minimalizują CAPEX i ułatwiają start Franczyzobiorcom.

>> Rozwiązania w zakresie finansowania bieżącej działalności: faktoring, pożyczki i kredyty celowe dla Franczyzobiorców, finansowanie wkładu własnego lub inwestycji początkowej, wynikające z modelu współpracy z Francyzodawcą.

>> Systemy wspierające rozliczenia między Francyzodawcą a Franczyzobiorcami (automatyczne naliczanie opłat franczyzowych i integracja z systemem sprzedaży).

>> Narzędzia wykorzystujące dane i AI do prognozowania przepływów finansowych, oceny ryzyka lub wykrywania nieprawidłowości w rozliczeniach sieci.

>> Subskrypcje i rozliczenia SaaS wspierające cykliczne rozliczanie narzędzi operacyjnych, CRM, platform e-learningowych – ze skalowalnością i niskim kosztem początkowym.

>> Systemy lojalnościowe z funkcją rozliczeniową (karty klienta i punkty zintegrowane z systemem płatności, cashback, portfele lojalnościowe).

>> Rozwiązania płatnicze i technologiczne: systemy POS zintegrowane z ERP, zapewniające dane o sprzedaży, inwentaryzacji i rozliczeniach w czasie rzeczywistym.

>. Rozwiązania w zakresie płatności bezgotówkowych i mobilnych.

>> Rozwiązania dla e-commerce i omnichannel payment gateways, ułatwiające rozliczenia pomiędzy centralą a Franczyzobiorcą w sprzedaży online.

>> Rozwiązania umożliwiające split payment i split settlement – automatyczny podział płatności między Franczyzobiorcę a Francyzodawcę (np. prowizje).

>> Rozwiązania w zakresie systemów kontroli kasowej / audytu obrotu, umożliwiające zdalny wgląd w dzienne raporty kasowe.

>> Rozwiązania w zakresie portfeli cyfrowych i aplikacji mobilnych.

Franchise Impact Supplier - Dostawca Rozwiązań dla Francyz, który ma wpływ

W tej kategorii nagradzamy Dostawców Rozwiązań do sieci francyzowych, którzy dostarczają Markom Francyzowym impactowe rozwiązania strategiczne, organizacyjne, technologiczne (w tym oparte na AI) czy finansowe dla budowania dobrego, zarabiającego biznesu francyzowego. To Dostawcy, którzy mają prawdziwe rozumienie modelu francyzowego – poprzez swoje rozwiązania dostarczają wartość zarówno Francyzodawcy, jak i Francyzobiorcy, i mają realny, mierzalny wpływ na wyniki i odporność biznesu sieci francyzowej w zmieniającym się otoczeniu rynkowym.

Co można zgłosić w tej kategorii?

- >> Historię współpracy z jedną lub kilkoma sieciami francyzowymi, pokazującą mierzalny wpływ dostarczonego rozwiązania na wyniki biznesowe Francyzodawcy i Francyzobiorców.
- >> Portfolio rozwiązań (strategiczných, organizacyjnych, technologicznych lub finansowych) wdrożonych w wielu sieciach francyzowych, wraz z opisem skali i powtarzalności ich zastosowania.
- >> Sposób budowania długofalowego partnerstwa z siecią – wykraczający poza jednorazową sprzedaż produktu czy usługi, obejmujący wsparcie wdrożenia i adopcji w sieci.
- >> Rozwiązania, które szczególnie dobrze łączą perspektywę Francyzodawcy i Francyzobiorcy – dostarczają wartość obu stronom relacji francyzowej jednocześnie.
- >> Innowacyjne podejście do rozwiązywania realnych problemów sieci francyzowych, w tym wykorzystanie AI lub danych do zwiększenia efektywności czy rentowności biznesu francyzowego.

5.3 NAGRODA PUBLICZNOŚCI

Dodatkowo w ramach Plebiscytu Organizator zaplanował Nagrodę Specjalną. Uczestnicy Plebiscytu, którzy opublikują na swoim profilu osobistym lub firmowym w sieci LinkedIn inicjatywy zgłoszone do Plebiscytu, spełniające Regulamin, właściwie oznakowane poprzez określone hasztagi umożliwiające jednoznaczną identyfikację Plebiscytu, mogą wziąć udział w konkursie otwartym. Nagroda przyznana zostanie przez społeczność Francyza 2.0 na drodze głosowania w Aplikacji Francyza 2.0 pod udostępnionym przez Organizatora linkiem.

6. ZASADY UCZESTNICTWA

1. Kto może wziąć udział? Proces składania wniosków jest otwarty dla:
 - a. marek francyzowych
 - b. marek licencyjnych i systemów agencyjnych
 - c. dostawców rozwiązań dla Sieci Francyzowych
2. Wnioskodawcami mogą zostać podmioty wskazane w Regulaminie, które spełnią

wszystkie poniższe warunki formalne:

- a. zapoznali się z treścią Regulaminu i zaakceptowali jego treść
 - b. zgłaszając udział w Plebiscycie podali zgodne z prawdą dane osobowe i kontaktowe
 - c. wyrazili zgodę na przetwarzanie przez Organizatora ich danych osobowych
 - d. akceptując regulamin poświadczają posiadanie pełnych praw autorskich, praw majątkowych do inicjatyw prezentowanych przez nich w ramach uczestnictwa w Plebiscycie, których wykorzystanie przez Organizatora w czasie trwania Plebiscytu nie narusza jakichkolwiek praw osób trzecich, a także nie stanowi podstawy do zgłoszenia przez osoby trzecie roszczeń do praw własności intelektualnej
 - e. wyrazili zgodę na wykorzystanie przez Organizatora informacji o inicjatywach prezentowanych w ramach Plebiscytu w celach związanych z realizacją i promocją Plebiscytu
 - f. akceptując regulamin poświadczają posiadanie przez nich wszystkich niezbędnych uprawnień i zgód wymaganych przepisami prawa potrzebnych do prowadzenia działalności gospodarczej zaprezentowanej w ramach zgłoszonego do Plebiscytu
3. Wnioskodawcami mogą zostać podmioty niebędące osobami fizycznymi (np. spółki) i posiadające swoją siedzibę w Polsce, wpisane do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, których wewnętrznie stosowane polityki i procedury nie sprzeciwiają się ich udziałowi w przedsięwzięciach takich jak niniejsze, będące objęte zakresem regulaminu.

7. PROCES APLIKACJI

1. Marka / dostawca rozwiązania może zgłosić więcej niż jedną inicjatywę.
2. Wniosek zgłoszony do Plebiscytu musi być zgodny z obowiązującymi przepisami prawa, normami społecznymi i obyczajowymi. Niedozwolone jest zgłoszenie inicjatywy o treściach wulgarnych, obscenicznym, nienawistnych, agresywnych, pornograficznych, zawierających groźby, a także dyskryminujących ze względu na rasę, narodowość lub pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną czy z jakiegokolwiek innej przyczyny. Niedozwolone jest również zgłoszenie inicjatywy, która narusza prawa osób trzecich.
3. Organizator zastrzega sobie prawo do weryfikowania zgłoszonych wniosków i odmówienia prawa udziału w Plebiscycie Wnioskodawcom, których inicjatywy nie spełniają wymagań określonych Regulaminem.
4. Złożenie wniosku jest bezpłatne.
5. Informacje przekazane Organizatorowi przez Wnioskodawcę są wyłączną podstawą oceny wniosku.
6. Nominacje oraz zgłoszenia należy przestać za pomocą formularza zamieszczonego na stronie internetowej ingoodstrategy.com/plebiscyt.
7. Wnioskodawca otrzyma potwierdzenie e-mailem, że wniosek został przyjęty, wraz z kopią swoich odpowiedzi.
8. Wnioskodawca po wysłaniu formularza nie może wprowadzać do niego zmian.
9. Jeśli wnioskodawca wyśle dwa lub więcej formularzy, pod uwagę Kapituły Plebiscytu zostanie wzięty wysłany jako ostatni (najbliżej daty końca przyjmowania zgłoszeń).
10. Kapituła Plebiscytu przeanalizuje wyłącznie prawidłowo złożone zgłoszenia i nie weźmie pod uwagę żadnych innych czynników ani wiedzy o firmie zgłaszającej.

8. STRUKTURA WNIOSKU

1. Kwestia praw autorskich do projektów, ich upublicznienia, ewentualnego dalszego wykorzystania zostanie uzgodniona między stronami – Organizatorem oraz zwycięzcą – osobnym dokumentem.
2. We wniosku należy:
 - a. wskazać kategorię, do której aplikuje
 - b. potwierdzić, że przedłożony projekt / inicjatywa może być oceniony pod względem jego realizacji (tj. że dostępne są konkretne wyniki projektu)
 - c. przedstawić streszczenie opisujące kontekst projektu/inicjatywy, jego znaczenie, skuteczność, możliwość przeniesienia i podejście partnerskie, a także motywację wniosku (dlaczego projekt powinien być uznany za potencjalnego zwycięzcę). Całkowity limit stron dla streszczenia wynosi 2 strony (maksymalnie 1000 słów)
 - d. załączyć próbki/przykłady rezultatów swojego projektu na poparcie twierdzeń zawartych we wniosku (np. prezentacje, filmy, materiały graficzne, strony internetowe, dokumenty itp.)
 - e. załączyć logotyp firmy, która realizowała inicjatywę, wraz z zasadami jego wykorzystywania (np. księgą znaku), do celów promocyjnych
3. Wnioski muszą być wypełnione w języku polskim.

9. PROCES SELEKCJI I KAPITUŁA PLEBISYTU

1. Organizator powoła niezależną Kapitułę składającą się z minimum 12 członków, w tym przedstawicieli partnerów nagrody.
2. Skład Kapituły dostępny jest na stronie ingoodstrategy.com/plebiscyt.
3. Wszyscy członkowie Kapituły zostaną wybrani ze względu na ich szczególne doświadczenie i wiedzę oraz fakt, że są starszymi i wpływowymi przedstawicielami branży.
4. Każdy członek Kapituły może wybrać 3 spośród zgłoszonych projektów, przyznając 3 punkty za 1 miejsce, 2 za drugie i 1 za 3. Zwycięskim projektem będzie ten, który otrzyma największą liczbę punktów.
5. W przypadku gdy dwa lub więcej projektów otrzyma tą samą liczbę punktów, Kapituła wybierze najlepszy spośród nich, oddając wyłącznie 1 głos. Jeżeli ponownie dwa lub więcej projektów otrzyma tą samą liczbę punktów, decydujący głos będzie miał Przewodniczący Kapituły.
6. Przewodniczący Kapituły ma prawo do przyznania ex aequo 1, 2 lub 3 miejsca więcej niż jednemu zgłaszającemu lub wyboru tylko jednego.
7. Kapituła ma prawo przyznać specjalne wyróżnienie.
8. W ramach oceny Kapituła zweryfikuje:
 - a. zgodność wniosku z wymogami Regulaminu
 - b. zgodność wniosku z kontekstem i celem Plebiscytu
 - c. przynależność Wnioskodawcy do grupy docelowej, dla której dedykowany jest Plebiscyt
 - d. poprawne i kompletne uzupełnienie formularza zgłoszeniowego, w szczególności potwierdzające zwymiarowany wpływ projektu/inicjatywy
9. Nad prawidłowością przebiegu Plebiscytu i pracy Kapituły konkursowej czuwa Organizator.

10. **KONFLIKT INTERESÓW.** Organizator zadba o to, aby członkowie Kapituły posiadali wystarczającą wiedzę do oceny wniosków. Po zakończonym terminie zgłoszeń Organizator podzieli członków Kapituły na zespoły oceniające, aby uniknąć konfliktu interesów pomiędzy członkami Kapituły a zgłaszającymi. Co do zasady zgłoszenia konkursowe przesłane przez marki franczyzowe nie będą oceniane przez członków kapituły, którzy reprezentują marki w tych samych branżach. Ta sama zasada zostanie zastosowana do zgłoszeń dostawców rozwiązań – nie będą one oceniane przez przedstawicieli Kapituły, reprezentujących tę samą branżę, co zgłaszane rozwiązanie.

10. HARMONOGRAM I TERMINY

Otwarcie zgłoszeń: 17 czerwca 2026 r. Przesłanie wniosków do 16 sierpnia 2026. Ocena Kapituły planowana jest w terminie do 24 września 2026. Ogłoszenie zwycięzców podczas Konferencji Franczyza 2.0 7 października 2026 r. w CIC Cambridge Innovation Center, ul. Chmielna 73, 00-801 Warszawa (offline i online).

10. OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCÓW

Zwycięzcy Plebiscytu zostaną ogłoszeni 7 października 2026 r. podczas konferencji Franczyza 2.0. Przedstawiciele wszystkich uczestników Plebiscytu otrzymają bezpłatne zaproszenie dla 1 przedstawiciela do wzięcia udziału w Gali Rozdania Nagród i Konferencji Franczyza 2.0. Organizator opublikuje wyniki konkursu na stronie internetowej ingoodstrategy.com/plebiscyt oraz w social mediach Organizatora.

11. OBOWIĄZKI ZWYCIĘZCÓW

Zgłaszając swój udział w Plebiscycie, laureaci zobowiązują się do:

- Promowania nagrody i jej wyników poprzez dostarczanie ukierunkowanych informacji różnym grupom odbiorców (w tym mediom i opinii publicznej) w strategiczny i skuteczny sposób, określony między Organizatorem a przedstawicielem zwycięzcy.
- Wyznaczenia przedstawiciela na poziomie C-level, który weźmie udział w ceremonii wręczenia nagród w dniu 7 października 2026 r. i odbierze nagrodę przed uczestnikami Gali i Konferencji Franczyza 2.0.
- Przyznania Organizatorowi i jego partnerom prawa do wykorzystywania, w celach komunikacyjnych i promocyjnych, informacji dotyczących projektu/inicjatywy, dokumentów, a w szczególności streszczeń, jak również wszelkich innych materiałów, takich jak zdjęcia lub materiały audiowizualne, otrzymanych od uczestników (w tym w formie elektronicznej, zarówno w trakcie, jak i po jego rozstrzygnięciu).
- Wyrażenia zgody na wykorzystanie logotypu firmy do celów promocji Plebiscytu oraz marki w ramach świadczeń niematerialnych organizatora (kampania płatna, publikacje medialne, itp.).

11. WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNA

1. Akceptując Regulamin, Wnioskodawca oświadcza i gwarantuje, że jego Inicjatywa (lub Projekt z jego udziałem), zarówno w całości, jak i jako każdy z jego elementów, nie narusza praw osób trzecich, w tym prawa do ochrony wizerunku, autorskich praw majątkowych i osobistych, praw wynikających z wynalazków, wzorów użytkowych,

wzorów przemysłowych, znaków towarowych, oznaczeń geograficznych oraz topografii układów scalonych.

2. Wnioskodawca udziela Organizatorowi nieodpłatnej, niewyłącznej i nieograniczonej czasowo licencji na korzystanie z materiałów zawartych w Projekcie, w tym w szczególności fotografii i jego oznaczeń odróżniających, w celach promocji i organizacji Plebiscytu w dowolnych mediach, a także udziela zezwolenia na korzystanie i rozporządzanie przez Organizatora opracowaniami tych materiałów w celu, o którym mowa w niniejszym ustępie.
3. Organizator nie rości sobie jakichkolwiek praw do własności intelektualnej, będącej w posiadaniu Wnioskodawców.
4. Regulamin będzie dostępny przez okres trwania Plebiscytu oraz 14 dni po jego zakończeniu.

12. DANE OSOBOWE

Wnioskodawcy wyrażają zgodę na przetwarzanie swoich danych osobowych przez administratora – Organizatora – w celu rozpatrzenia wniosku o przyznanie nagrody, zgodnie z postanowieniami polityki prywatności I'GS In Good Strategy (załącznik 1). Wszelkie inne działania będą objęte osobnym porozumieniem między Organizatorem a wnioskodawcami.

13. UNIEWAŻNIENIE PLEBISCYTU

Organizator może unieważnić Plebiscyt lub zdecydować o nieprzyznaniu nagrody w danej kategorii, jeśli nie wpłynie żadne zgłoszenie lub Kapituła nie wyłoni zwycięzcy.

14. KONTAKT

Więcej informacji o Plebiscycie znajduje się na stronie internetowej:

ingoodstrategy.com/plebiscyt

Udział w Plebiscycie jest jednoznaczny z akceptacją postanowień Regulaminu, a także koniecznością ich przestrzegania. Jeżeli uczestnik nie akceptuje Regulaminu, powinien niezwłocznie zaprzestać udziału w Plebiscycie. Nieprzestrzeganie postanowień regulaminu może skutkować wydaleniem Wnioskodawcy ze starań o nagrodę.

Załącznik 1

Klauzula informacyjna dotycząca danych osobowych dla uczestników Plebiscytu

Uprzejmie informujemy, że administratorem danych osobowych jest Monika Ferreira, prowadząca praktykę doradztwa strategicznego i strategicznego doradztwa franczyzowego pod marką I'GS In Good Strategy, Franczyza 2.0, z siedzibą w Piasecznie 05-500, przy ul. Zielonej 17/36, NIP 123 068 69 29 (dalej jako: „Administrator”). Administrator wyznaczył inspektora ochrony danych, z którym można skontaktować się pod adresem e-mail:

office@ingoodstrategy.com.

Pani/Pana dane osobowe:

1. będą przetwarzane w celu i wyłącznie w zakresie, w jakim jest to niezbędne dla organizacji i realizacji Plebiscytu oraz udostępniania informacji o wynikach Plebiscytu, a także w celach promocyjnych, informacyjnych, kulturalnych, edukacyjnych i innych związanych z organizowanym przez Administratora Plebiscytem;

2. będą przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. a, b, c oraz f rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, RODO), a także art. 81 ustawy z dnia 04 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1062), tj. odpowiednio na podstawie zgody udzielonej w celach organizacji i przeprowadzenia Plebiscytu oraz udostępnienia informacji o wynikach Plebiscytu, a także w celach promocyjnych, informacyjnych, kulturalnych, edukacyjnych i innych związanych z organizowanym przez Administratora Plebiscytem; przetwarzanie jest niezbędne do wykonania umowy (przeprowadzenia Plebiscytu), którego uczestnikiem jest osoba, której dane dotyczą, lub do podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą, przed zawarciem umowy (przystąpieniem do udziału w Plebiscycie); przetwarzanie jest niezbędne do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na Administratorze; przetwarzanie jest niezbędne do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów realizowanych przez Administratora lub przez stronę trzecią;
 3. będą przetwarzane w zakresie:
 - a. w przypadku uczestników Plebiscytu: imię i nazwisko, e-mail, nr telefonu, nazwa zajmowanego stanowiska.
 - b. w przypadku zwycięzców Plebiscytu: imię i nazwisko, wizerunek, e-mail, nr telefonu, nazwa zajmowanego stanowiska, NIP, dane wymagane do prawidłowego wykonania obowiązków organizatora z tytułu wygranej w Plebiscycie.
 4. mogą być udostępnione podmiotom uprawnionym do ich otrzymania na podstawie przepisów prawa oraz świadczącym obsługę administracyjno-organizacyjną Administratora lub wspomagające Administratora w organizacji Plebiscytu; ponadto niektóre dane będą podlegały publikacji w Internecie i ewentualnie innych środkach przekazu, w związku z ogłoszeniem listy laureatów oraz promocją Plebiscytu;
 5. będą przechowywane nie dłużej, niż to wynika z przepisów o archiwizacji dostępnych m.in. na stronie www.ingoodstrategy.com, w zakładce „Polityka prywatności” lub do czasu wycofania zgody na ich przetwarzanie; po upływie tego okresu dane osobowe są usuwane lub poddawane anonimizacji;
 6. nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w celu podjęcia decyzji w sprawie indywidualnej;
 7. w przypadku wyrażenia na to oddzielnej zgody, zasila bazę danych i będą mogły być wykorzystywane do: czynności informacyjnych o aktywnościach/działaniach wykonywanych przez Administratora – samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami czy promowania inicjatyw podmiotów współpracujących z Administratorem.
- W granicach i na zasadach opisanych w przepisach prawa przysługuje Pani/Panu prawo:
1. żądania dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, przenoszenia danych;
 2. skorzystania z uprawnienia do złożenia wobec Administratora sprzeciwu wobec przetwarzania danych oraz prawa do przenoszenia danych do innego administratora danych. Jeżeli chce Pani/Pan skorzystać z któregośkolwiek z tych uprawnień prosimy o kontakt z Administratorem;
 3. wniesienia skargi do organu nadzorczego, którym jest Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

Podanie danych osobowych jest dobrowolne, niemniej jednak brak wyrażenia zgody na przetwarzanie danych będzie oznaczał niemożność uczestnictwa w Plebiscycie, a także

zasiadania w jego Kapitułe.