

Sponsor- og Eventprisen

2 0 2 5

SLIK SØKER DU SEP 2025

SØKNADSFRIST 16. FEBRUAR 2025

ÅRETS PRISKATEGORIER

- Årets Sponsor
 - Årets Kultursponsorat
 - Årets Idrettssponsorat
 - Årets Sosiosponsorat
 - Årets Sponsorobjekt
 - Årets Samfunnsengasjement
 - Årets Sponsoraktivering
 - Årets Eventbyrå
 - Årets Brand Activation
 - Årets Stand-aktivering
 - Årets Innholdsproduksjon til et Event
 - Årets B2E Event
 - Årets B2B Event
 - Årets B2C Event
-
- Grand Prix

VIKTIGE DATOER

- 14. februar kl. 23.59: Prisen på å sende inn søknader øker
- 16. februar kl. 23.59: Søknadsportalen stenger
- 20. mars: Nominasjonsslipp + live-juryering av Årets Sponsor
- 3. april: Sponsor- og Eventprisen + live-juryering

STATUTTER

Årets Sponsorobjekt

Denne kategorien er åpen for alle sponsorobjekter som viser profesjonalitet og struktur i egen portefølje. Sponsorobjekter som evner å sette seg inn i og løse samarbeidspartneres ønsker og behov, samt å utvikle sponsorkonsepter eller prosjekter tilpasset én eller flere sponsorer.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Sponsor

Denne kategorien er åpen for et selskap, en organisasjon eller institusjon som har vist særlig godt strukturert arbeid med sponsorstrategi og smart bruk av sponsing for å rette oppmerksomhet mot egen merkevare. Gjennom sponsing viser kandidaten en tydelig knytning til selskapsstrategi, med målinger som bekrefter at sponsoratet har en effekt. Årets Sponsor skal gå til summen av arbeidet sponsoren gjør gjennom året, ikke én enkelt aktivering.

Live-juryeres på nominasjonsslippet 20. mars. De nominerte blir informert i forkant.

Årets Kultursponsorat

Denne kategorien er åpen for kampanjer, aktiveringer eller helhetlige partnerskap innen kultursektoren som har resultert i merkevare- og/eller forretningsfordeler ved å henvende seg til en definert målgruppe. En kategori både sponsorer og sponsorobjekter kan søke på. Eksempler på sponsorobjekter innen kultursektoren er festivaler, konserter, museer, teatre og nasjonale og internasjonale arrangementer.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Sosiosponsorat

Årets sosiosponsorat går til en sponsor (selskap, organisasjon eller institusjon) og et objekt (en veldedig organisasjon) som har brukt sponsoratet som en plattform for strategisk samarbeid, med dokumenterte resultater for sponsor, sponsorobjekt og/eller en felles sak.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Idrettssponsorat

Denne kategorien er åpen for kampanjer, aktiveringer eller helhetlige partnerskap innen idrettssponsing, som har resultert i merkevare- og/eller forretningsfordeler ved å henvende seg til en definert målgruppe. En kategori både sponsorer og sponsorobjekter kan søke på. Eksempler på sponsorobjekter innen idrettssektoren er arenaer, klubber, lag/forbund og nasjonale og internasjonale arrangementer.

Live-juryeres 3. april 2025.

STATUTTER

Årets Brand Activation

Denne kategorien er åpen for erfaringsbaserte markedsføringsinitiativ rettet mot å skape engasjement mellom målet og produktet. For eksempel utdeling av vareprøver, «point-of-sale activation».

Utstillinger i butikklokaler, kampanjer eller konkurranser for forbrukere, «forbrukerkampanjer» (tilbud i begrenset periode, konkurranser, belønninger som motiverer til kjøp eller interaksjon med merkevaren) og «pop-up-opplevelser» (midlertidige steder eller butikker som tilbyr en unik merkevareopplevelse på steder med mye trafikk, og/eller i samarbeid med arrangementer eller festivaler).

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Stand-aktivering

Denne kategorien er åpen både for eventbyrå som jobber med underleverandører og for utstillere/stand-byggere/stand-designere som har deltatt med en messestand eller utstilling på en eller flere event/arrangement i Norge eller i utlandet – der standen er bygget av norske stand-byggere. Vurderingen av hvert bidrag tar hensyn til kreativitet og merkevarekobling (invitasjon, stand, aktivering, aktiviteter på standen og personell som arbeider) og med et klart budskap og målbare mål.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets B2B Event

Denne kategorien er åpen for event/arrangement (f.eks. konferanser, kongresser, messer og roadshows) rettet mot forretningsforbindelser (f.eks. kunder og agenter). Eventet/arrangementet skal være rettet mot eksterne interessenter, og måloppnåelse skal knyttes til forretningsstrategi.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets B2C Event

Denne kategorien er åpen for event/arrangement (f.eks. produkt- eller tjenestelanseringer, nyåpninger, festivaler, messer og roadshows) rettet mot sluttforbrukere/konsumenter. Eventet/arrangementet skal være rettet mot eksterne interessenter, og måloppnåelse skal knyttes til forretningsstrategi.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets B2E Event

Denne kategorien er rettet mot et internt publikum – hele eller deler av virksomhetens ansatte - og er åpen for interne arrangement og møter (f.eks. kurs, konferanser, kick-offs, jubileer og andre markeringer) som har til hensikt å bygge kunnskap, samhold, bedriftskultur og bidra til team-building. Det bør knyttes et internt kommunikasjonsmål til det interne arrangementet/møtet, som tar sikte på endring, forankring eller utvikling innenfor virksomheten.

Live-juryeres 3. april 2025.

STATUTTER

Årets Samfunnsengasjement

Denne kategorien er åpen for sponsorater og eventprosjekter som tydelig reflekterer bedriftens samfunnsansvar ved å skape varige resultater innen sosial og/eller grønn bærekraft. Dette inkluderer tiltak som fremmer økt likestilling, mangfold, inkludering, samt klima- og miljøinitiativ. Sponsoratet eller prosjektet bør være tett knyttet til selskapets strategi og FN's bærekraftsmål. Målet med prosjektet kan for eksempel være å engasjere ansatte, kunder, leverandører, opinionen, endre holdninger og/eller gjøre en forskjell i samfunnet.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Sponsoraktivering

Denne kategorien er åpen for alle som har gjort mer enn bare logoeksponering i et sponsorat, og er tilgjengelig for både sponsor og sponsorobjekt. Målet er å skape en engasjerende, meningsfull og interaktiv opplevelse som øker merkevareeksponeringen og synligheten. Dette for å oppnå styrket markedsposisjon og gi merverdi for både sponsoren og sponsorobjektet. Eksempler på aktivering inkluderer, men er ikke begrenset til: aktivering gjennom arrangementer, digital aktivering og innholdsmarkedsføring.

Live-juryeres 3. april 2025.

Årets Innholdsproduksjon til et event

Denne kategorien er åpen for et enkelt innholdselement eller en helhetlig innholdsproduksjon til eller på et event. Innholdet må ha målsetting om å oppnå en bestemt effekt hos publikum, enten det er å bygge forståelse, fellesskap, tilslutning eller å underholde. Innholdet skal demonstrere viktigheten av godt innhold på event, og kunne ta i bruk alle virkemidler innenfor kommunikasjon og event-teknisk produksjon. For eksempel video-/audio produksjoner, grafisk/visuelt innhold, interaktivt innhold, trykket materiell (print), digitalt innhold, liveopptredener, demonstrasjoner og kreative installasjoner, workshops og opplæringsmateriell og fotografi.

Live-juryeres 3. april 2025.

IKKE SØKBARE KATEGORIER:

Årets Eventbyrå

Denne kategoriene er ikke søkbar og skal juryeres på annen måte. Kategorien skal ikke live-juryeres.

Grand Prix

Dette er ikke en søkbar kategori, som kan, men ikke må, deles ut, til caser som utmerker seg innen spons og event. Denne kategorien velges ut ifra caser sendt inn til alle overnevnte kategorier.

PRAKTISK INFO

Søknadsfrist: 16. februar 2025

Caser som leveres i flere enn én kategori får rabatt på de påfølgende. Det vil si at du betaler full pris for første kategori du søker med casen i, og rabatert pris hvis du sender inn samme case i flere kategorier.

PRISER 2025	Case Early bird*	Påfølgende case Early bird	Case vanlig pris	Påfølgende Case vanlig pris	Case Siste 48t	Påfølgende Case Siste 48t
Medlem i Sponsor- og Eventforeningen	1 700 kr	1 400 kr	2 100 kr	1 400 kr	3 200 kr	1 400 kr
Ikke medlem i Sponsor- og Eventforeningen	2 900 kr	2 600 kr	3 600 kr	2 600 kr	5 000kr	2 600 kr

*Early bird-priser gjelder de første 14 dagene etter søknadsportalen har åpnet.

Prisene for hver priskategori regnes utfra når caset blir betalt, ikke når caset blir opprettet.

Eksempel: Bygg AS er medlem i Sponsor- og Eventforeningen og sender inn casen «drømmefesten» i Årets B2C Event. Dette koster 2100,- i tillegg finner de ut at de ønsker å sende inn «drømmefesten» til Årets Aktivering, dette koster 1400,- fordi det er samme case i en annen kategori. I tillegg ønsker de å sende inn «Julebordet 2024» i kategorien Årets B2E Event, dette koster da 2100,-.

Totalprisen Bygg AS skal betale blir da 2100+1400+2100=5600 kr.

SØKNADSPORTALEN

1. Gå inn på **www.soeprisen.no**
2. **Tidligere registrert:** Er dere registrert fra før kan du velge å legge til flere brukere på profilen til bedriften. Be ev. en kollega som allerede er registrert som bruker om å legge deg til.
3. **Ny registrering:** Er dere IKKE registrert fra før velger du "Registrer firma" og legger inn organisasjonsnummer, navn på firmaet + brukere som skal knyttes til profilen.

Opplever dere problemer med å logge inn eller lage ny bruker, kontakt oss på **info@sponsevent.no**.

SELVE SØKNADEN

Skriv inn en beskrivelse av caset/prosjektet på maks 10 000 tegn. Skal du søke med samme case i flere kategorier, legger du inn underoverskrifter i søknaden, der det kommer tydelig frem hvilken priskategori teksten gjelder for. Se eksempel i guiden.

Casefilmer, lenker og annen supplerende dokumentasjon legges ved. Det er viktig at søknadsteksten og dokumentasjonen i sin helhet blir lagt inn i selve portalen, ikke bare som vedlegg. Dere må evne å beskrive caset, samt dokumentere målbar effekt.

Eksempel på søknad til flere priskategorier:

Skal du f.eks. søke på Årets B2C og Årets Innholdsproduksjon til et event, skriver du søknadsteksten på følgende måte:

Generell tekst og beskrivelse av caset.

Årets B2C

Her skriver du en spesifikk beskrivelse tilpasset denne priskategorien. Husk å se på statutten for å tilpasse teksten og vite hva som vektlegges.

Årets Innholdsproduksjon til et event

Her skriver du en spesifikk beskrivelse tilpasset denne priskategorien. Husk å se på statutten for å tilpasse teksten og vite hva som vektlegges.

NB: husk å legge til alle prisene du skal søke på ved å velge fra menyen øverst.

SELVE SØKNADEN

Søknaden vil bli vurdert ut ifra om den treffer på kategorien og statutten, samt en rekke kriterier. Vi oppfordrer deg derfor til å bruke kriteriene som en veiledning når du skriver søknaden. Dere må også evne å beskrive caset på en god måte, samt dokumentere målbar effekt.

Kriterier som vil bli vurdert:

- **STRATEGI OG MÅLSETTING:** Beskriv målet med prosjektet, og hvordan målet knytter seg til virksomhetens forretningsstrategi
- **KREATIVITET OG UTVIKLING:** Beskriv den kreative idéen som støtter forretningsstrategien og målene, samt innovasjonen som har formet prosjektet. En god kreativ idé og godt håndverk likestilles med innovasjon.
- **GJENNOMFØRING:** Hvordan jobbet dere for å nå målet? Beskriv gjennomføringen fra A til Å.
- **EFFEKT:** Oppgi data som underbygger og beviser oppnåelsen av de oppgitte målene.
- **BÆREKRAFT:** Beskriv hvordan og i hvilken grad sosial og grønn bærekraft er med og former prosjektet, og hvordan det ev. knyttes til forretningsstrategien.
- **ER DET NOE SPESIELT SOM BØR FREMHEVES:** Er det noe spesielt du ønsker å fremheve med casen?

OBS: Prosjektet må ha vært gjennomført i perioden fra 1. juli 2023 og frem til søknadsfristen 16. februar 2025.

TENK GJENNOM DETTE FØR DU LEVERER CASE:

HVA TRENGER JURYEN Å VITE? - Kontekst og sammenheng (klarlegg prosjektets omfang/unikhet?)

TYDELIGE FORUTSETNINGER - Begrunn hvorfor (bakgrunn, problem og hensikt)

FØLG DEN RØDE TRÅDEN - Tenk på helheten i innsendelsen (fortelling)

TENK FORRETNINGSMESSIG - Juryen ser på resultater og mål

HUSK: Ingen sponsorat, event, prosjekt eller kampanje er for stor eller liten for å bli vurdert!

HVORDAN LEGGE INN VIDEO?

Du kan legge til én innebygget (embedded) film i casen. Dette skal være en iFrame som du selv står ansvarlig for å hoste. Portalen håndterer ikke enkeltfiler.

Filmer kan enkelt hostes hos Vimeo, Youtube og andre lignende videotjenester.

Embedkoden/innebyggingskode som legges inn starter med <iframe> og slutter med </iframe>

Eksempel:

```
<iframe width="560" height="315"  
src="https://www.youtube.com/embed/heTXkiq1vPk?si=vq916K50BtKQ0HW9"  
title="YouTube video player" frameborder="0" allow="accelerometer; autoplay;  
clipboard-write; encrypted-media; gyroscope; picture-in-picture; web-share"  
allowfullscreen></iframe>
```

Dersom dere ønsker å legge til flere filmer, kan disse legges til som eksterne lenker nederst i søknaden.

LYKKE TIL!