

# MEJOR EVENTO / ACCIÓN RESPONSABLE

Se premiará un evento que haya tenido en cuenta criterios de responsabilidad social, principalmente medioambiental o solidaria, sea en su modo de organización (evitando desperdicios, integrando personal, etc.), sea en su objetivo (sensibilización, recogida de fondos, etc.). Una combinación de ambos valores se considerará positivamente.

## CRITERIOS DE VALORACIÓN:

**ESTRATEGIA:** Adecuación al cliente (sea empresa, ONG, asociación...) o a la causa: su identidad, su estrategia y sus objetivos, entendimiento del target, interpretación inteligente de la causa, de sus impactos y soluciones. El alineamiento con los ODS de Naciones Unidas es un elemento adicional positivo.

**CONCEPTO, CREATIVIDAD, INNOVACIÓN:** Carácter sorprendente, emocionante de la idea, de sus aplicaciones (actividades, comunicación del evento, estética, decoración, tecnología, animaciones...) y de la forma de combinarlas; soluciones para optimizar el impacto medioambiental o social del evento, sea en el evento en sí o gracias a la concienciación o recogida de recursos que permite.

**IMPLEMENTACIÓN / PRODUCCIÓN:** Complejidad y calidad de la puesta en escena, de la coordinación logística, de la gestión de proveedores, gestión de voluntarios... Inteligencia en la forma de integrar criterios sostenibles en la producción.

**ENGAGEMENT:** Capacidad de mantener al público participativo, involucrado, enganchado, capacidad de captar conocimientos sobre el público, o ideas suyas. Implicación del público en la causa elegida.

**IMPACTO / RESULTADOS:** Capacidad del evento de alcanzar al público e impactarle, de recoger fondos o cuidar el medio ambiente; testimonios del cliente, difusión (prensa, redes...).

## REQUISITOS Y CONSEJOS: [\(ACONSEJAMOS LEER LAS BASES COMPLETAS\)](#)

- ❑ El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.
- ❑ Recomendamos leer bien las bases, consejos y criterios de valoración para aportarles respuestas.
- ❑ La candidatura se presenta de manera anónima. Recuerda eliminar nombre e imagen del video y fotografías.
- ❑ Se aconseja relacionar el evento con la situación de partida, el público, los objetivos, la estrategia, la marca, y demostrar cómo todo el evento cumple estos objetivos.
- ❑ Si puedes demostrar los resultados, mejor. Si tienes elementos que acrediten el impacto, no dudes en aportarlos integrados en las cajas de texto (clipping, testimonios del cliente...)
- ❑ ¡No vendas! No escribas: "dejamos a los asistentes con la boca abierta"... Céntrate en los hechos, preséntalos de manera positiva, pero sin sobrevender. Un lenguaje demasiado promocional no es positivo.
- ❑ Asegura con el cliente que tengas la autorización para presentar / difundir este proyecto.
- ❑ Y una obviedad a menudo olvidada: comprueba que no haya errores y cuida el diseño / presentación. Repasa bien tu candidatura antes de enviarla.

NOMBRE DEL EVENTO

AGENCIA(S) ORGANIZADORA(S) (se ocultará durante la votación)

CLIENTE

LUGAR / FECHA DEL EVENTO

*Venue y ciudad / día - mes - año*

BRIEFING / OBJETIVOS (limitado a 650 caracteres con espacios)

\* El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.

DESCRIPCIÓN DEL EVENTO (limitado a 800 caracteres con espacios)

IMPACTO / RESULTADOS / COMENTARIOS DEL CLIENTE (limitado a 650 caracteres con espacios)

CATEGORÍAS ADICIONALES (en el caso de presentar el mismo evento en otras categorías)

*Recuerda, un mismo evento no puede presentarse a más de una categoría de "Mejor evento" pero sí a tantas como considere de "Mejor componente".*

\* El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.



**Ahora, adjunta este documento en un *We Transfer* junto al formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 12) y el vídeo de máximo 3 minutos.**

[premios@eventoplus.com](mailto:premios@eventoplus.com)