



**XIX
Edición**

BASES Y CATEGORÍAS PREMIOS EVENTOPLUS 2024

www.premioseventoplus.com

FECHAS Y COSTES DE ENTREGA DE CANDIDATURAS



1ª entrega de candidaturas:
martes, 9 de julio de 2024
a las 20:00h

250€ + IVA /Candidatura



2ª entrega de candidaturas:
martes, 16 de julio de 2024
a las 20:00h

350€ + IVA / Candidatura

VOTACIÓN DEL JURADO

3-4 de septiembre de
2024

COMUNICACIÓN DE FINALISTAS

4 de septiembre de
2024

GALA DE LA ENTREGA DE LOS PREMIOS

17 de septiembre de
2024

**Sujeto a cambios*

1. Definición de “evento”

Un evento es una experiencia que se organiza con el objetivo de comunicar, motivar, formar, vender, crear relaciones o de forma general cambiar comportamientos.

¿Tiene que tener convocatoria? No necesariamente, pero sí apuntar a un público concreto. Algunos eventos tienen su momento de convocatoria formal, otros captan a la gente en un sitio de consumo o a la salida de su trabajo... y siguen siendo eventos.

¿El street o el ambient marketing pueden ser un evento? Sí, si se trata de algo más que de una animación que el público observa. Lo será si hace vivir una experiencia a los asistentes e interactúa con ellos.

¿Un espectáculo es un evento, aunque sea semi-permanente? En la categoría de evento cultural, sí que permitimos que una exposición o una obra de teatro, aunque sea duradera, se considere como un evento. Idem para un festival o concierto.

¿Tiene un tamaño mínimo? Tiene que haber una experiencia colectiva, pero podemos considerar como evento una acción incluso con una decena de personas.

¿Tiene que ser participativo? Sí. Un puro trabajo de creación audiovisual, que no tenga algún tipo de participación o de interacción, no se considera un evento. Un puro mapping o una serie de ponencias que se difunden online sin más no son un evento, por ejemplo.

¿Es forzosamente puntual? Suele serlo pero aceptamos eventos que se repiten o duran en el tiempo (una exposición por ejemplo) o ciclos de eventos (un road show o un conjunto de acciones), si forman parte de una misma acción.

¿Tiene que ser presencial o puede ser digital o híbrido? Un evento presencial es muy diferente de un evento online en su formato, sus posibilidades, sus impactos, pero:

- Estos premios están concebidos por tipo de evento / tipo de objetivo, más que por formato.
- Muchos eventos tienen un componente presencial y uno virtual, no podemos separar proyectos según el nivel de presencialidad o de virtualidad.
- Todos son momentos de comunicación en vivo, con un público, con un componente experiencial (mayor o menor según el formato) y más que el formato, hay que analizar la capacidad de la acción para conseguir un resultado. Así que permitimos que compitan todo tipo de eventos, presenciales, virtuales e híbridos, en cada categoría.

Pedimos al jurado que analice el evento de la manera más objetiva posible, sin preferir un formato de manera ideológica, sino siendo exigentes con lo que permite exactamente cada uno de los formatos.

2. Categorías

Estructuramos esta lista principalmente según los objetivos de los eventos, más que por sus formatos. Ser presencial vs online, ser un momento único vs un ciclo de acciones, hacerse en un sitio fijo vs en un formato de road show: todo esto es secundario comparado con lo que se pretende conseguir con la acción. ¡Que gane la mejor acción, simplemente!

12 categorías de eventos

- **Mejor convención.** Se premiará una reunión interna de empresa, con el objetivo de informar, formar, crear equipo y/o motivar, hacer vivir el espíritu y los valores de la empresa (convención de ventas, reunión de ciclo...). Se dirige a sus empleados, aunque se puedan aceptar otros stakeholders como, por ejemplo, sus distribuidores.
- **Mejor congreso.** Se premiará un encuentro con periodicidad fija, dirigido a un colectivo claro (generalmente miembros de una asociación, colegio profesional o colectivo social) cuyo objetivo es principalmente la formación o la transferencia de conocimiento - divulgación o reflexión - , además del desarrollo de relaciones profesionales en el colectivo. Suele combinar programa formativo, exposición comercial, presentación de novedades de investigación (posters), y momentos relacionales o sociales, pero se aceptan innovaciones al respecto.
- **Mejor conferencia.** Se premiará un encuentro con un objetivo de formación (sobre un sector de actividad, unas tecnologías o los conocimientos y soluciones de la empresa organizadora), de explicación y demostración de conocimientos, y posiblemente de promoción comercial de la empresa vía estos conocimientos, de promoción de un mensaje o de sensibilización.
- **Mejor viaje de incentivo.** Se premiará un viaje que sea el resultado / premio de un programa de estimulación de resultados. Su objetivo es ofrecer una experienciamemorable y por tanto muy motivadora a un equipo, crear espíritu de grupo y sentido de pertenencia, fomentar la relación entre los participantes, y cuidar / valorar a los participantes. Como norma, no tiene componente significativo de trabajo. Puede dirigirse a un público interno (empleados) o externo (distribuidores, clientes...).
- **Mejor evento de celebración.** Se premiará un evento cuyo objetivo sea celebrar un acontecimiento (fiesta de empresa o institución, fin de año, aniversario, fiesta tradicional, etc.), ya sea como evento privado de empresa o como evento público. La alegría, el sentido de pertenencia y el reconocimiento al motivo de la celebración (una fecha, un logro, una tradición...) son sus objetivos principales.
- **Mejor evento cultural / de entretenimiento.** Se premiará un evento cuyo eje principal sea la realización de una actividad cultural (concierto, festival, exposición...) o un evento público con un componente tradicional o cultural significativo. Puede ser una acción de promoción de marca (la cultura es un territorio interesante) pero su dimensión / interés cultural tiene que ser muy significativo, o un momento de entretenimiento y distracción basado en una actividad o espectáculo. Puede también ser una acción de promoción de marca (la cultura es un territorio interesante).
- **Mejor evento deportivo.** Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la realización de una actividad deportiva (campeonato deportivo, carrera popular, torneo, etc.), pública o privada. No se premia un evento que solo trate de deporte, sino que la práctica del deporte o la competición debe hacerse in situ. Nota: los esports están admitidos como deporte.
- **Mejor evento promocional.** Se premiarán acciones de promoción de marca o de producto: activación de patrocinio, road shows, samplings, street marketing, brand spaces, acciones en puntos de venta... Más allá de un mecanismo promocional, se juzgará la acción en vivo. Tener un impacto en ventas es deseable.

- **Mejor presentación de producto.** Se premiará un evento cuyo principal objetivo sea lanzar, comunicar, vender un nuevo producto/servicio/marca, poner en escena, hacervivir, explicar sus funcionalidades o posicionamiento, a un público interno (empleados, comerciales, posventa) o externo (distribuidores, prensa, público en general...).
- **Mejor evento de impacto en redes y medios.** Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la difusión (vía medios, bloggers, líderes de opinión, redes sociales), la viralidad, la visibilidad a un público más amplio que el público asistente. Suele ser una acción de comunicación o experiencia de marca o de producto para difusión / viralización.
- **Mejor evento responsable.** Se premiará un evento que haya tenido en cuenta criterios de responsabilidad, 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. No se juzgará tanto la causa como la capacidad del evento de hacerla vivir y promocionarla.
- **Mejor feria / participación en feria.** Se premiará una acción de presencia comercial en una feria o exposición, juzgando el conjunto de la acción (estrategia, decoración, montaje, comunicación de la presencia, estimulación de tráfico, experiencia de marca, medición de resultados...). Nota: Una feria propia de marca se puede presentar, así como una feria en su integralidad.

5 categorías de componentes de eventos

- **Mejor montaje técnico.** Se premiará la concepción, montaje y utilización de elementos técnicos (audiovisuales, iluminación, sonido, multimedia, efectos especiales, carpas y estructuras...) en un evento, como herramientas de ambientación, comunicación, impacto visual, interactividad. La candidatura debe estar co-presentada entre agencia y partners técnicos.
- **Mejor espacio.** Se premiará un espacio para eventos (hotel, palacio de congresos, espacio singular...) por su capacidad de aportar valor gracias a su flexibilidad, versatilidad, carácter, estilo, estética, facilidades de montaje... El espacio podrá presentar hasta tres eventos diferentes alojados durante el periodo definido en las bases, con un breve resumen del evento y de cómo el espacio ha aportado valor. La agencia se puede mencionar y ser co-ganadora, pero el candidato principal será un espacio.
- **Mejor catering.** Se premiará la concepción y realización de un servicio de catering en un evento, su capacidad de fortalecer el concepto creativo y contribuir a la experiencia del asistente. La agencia se puede mencionar y ser co-ganadora, pero el candidato principal será una empresa de catering.
- **Mejor animación / espectáculo.** Se premiará una animación o un espectáculo que consiga impactar a la audiencia, integrarse en el evento, reforzar su concepto de comunicación y la experiencia del público, así como maximizar su efectividad o impacto.
- **Mejor decoración / escenografía.** Se premiará la concepción y realización de la decoración o escenografía de un evento: concepto creativo, originalidad y calidad de decoración, experiencia del asistente e impacto, complejidad del montaje...

3. Premios específicos / destacados

Entre las candidaturas, el jurado escogerá el Gran Premio del Jurado, el cual reconoce un evento especialmente impactante, innovador, completo (en los criterios definidos) y de alta relevancia, un evento que genera orgullo de sector y demuestra la excelencia de la cual son capaces las empresas en este sector. El jurado tiene también la opción de dar una “mención especial” a un proyecto no ganador de un Oro pero que le parece destacar por un aspecto especial (creatividad, emoción, innovación...).

4. Modo de valoración

Cada categoría tendrá sus propios criterios de valoración, que se mencionarán en la plantilla PPT de presentación, pero que suelen ser una interpretación de los grandes criterios siguientes:

- Estrategia
- Creatividad, concepto, innovación
- Producción, logística, implementación
- Dimensión responsable del evento
- Impacto/resultados

5. Periodos de eventos celebrados

Los trabajos deben haberse celebrado entre el 1 de julio de 2023 y el 30 de junio de 2024, ambos incluidos. Los eventos de varios días tienen que haberse celebrado parcialmente dentro de estas fechas.

6. Quién se puede presentar

Se aceptarán candidaturas de agencias, empresas, instituciones, asociaciones registradas en España o Portugal. En el caso de ser un evento impulsado por una organización de fuera de España, la agencia receptiva puede presentarse, pero tiene que hacerlo citando la agencia emisora y mencionando su papel como receptivo. Un cliente puede presentar un evento, pero si se ha organizado con agencia, tiene que mencionar la agencia.

Los eventos candidatos pueden haberse celebrado en cualquier país.

7. Co-presentación de las candidaturas

Se aceptarán candidaturas co-presentadas por hasta cuatro entidades (por ejemplo, una agencia y tres proveedores). Se entregará un trofeo único, pero los candidatos podrán pedir otro ejemplar al fabricante. En las categorías de mejor espacio y mejor catering, el ganador será respectivamente un espacio y una empresa de catering, aunque la agencia pueda ser co-ganadora. En la categoría de montaje técnico, la candidatura debe mencionar los principales partners técnicos.

8. Presentación de candidaturas en varias categorías

Los participantes pueden presentar proyectos en varias categorías, sin límite de candidaturas por participante. Un mismo evento únicamente se podrá presentar en una de las categorías de “mejor evento” (no se puede presentar un evento como mejor convención y mejor evento de celebración, por ejemplo), pero se puede presentar en varias categorías de mejores componentes. En caso de presentar un mismo proyecto en varias categorías, cada inscripción en una categoría debe presentarse y pagarse como una candidatura separada. Esto incluye presentar el correspondiente material por cada categoría a la que se quiera aplicar.

9. Validación del cliente

Al igual que en toda comunicación de un evento, es imprescindible que las candidaturas cuenten con la aprobación del cliente final y cumplan las leyes sobre propiedad intelectual. Contar con esta aprobación es responsabilidad de la empresa candidata. Además, el cliente del evento no se puede mantener secreto.

10. Cambios de categorías

La organización se reserva el derecho de revisar las candidaturas y aconsejar al candidato un cambio de categoría (para mayor adecuación o por no cumplir con los requisitos establecidos), pero la decisión final será la del jurado, que podrá decidir recolocar un proyecto en otra categoría si le parece más coherente y factible.

11. Presentación de las candidaturas

Las candidaturas deberán estar redactadas en castellano y presentar por escrito la descripción del trabajo siguiendo el formulario de inscripción y de presentación de candidatura, así como incluir los materiales especificados en el mismo.

Los materiales que se deberán incluir por candidatura son:

- Formulario de inscripción con los datos de la empresa, de la persona de contacto y las candidaturas que presenta.
- Formulario de presentación de candidatura con la información del evento que se presenta y siguiendo la estructura del mismo formulario. Deberá adjuntarse en formato editable.
- Vídeo de máximo 3 minutos en formato .avi o .mp4. El vídeo debe ser un documento autosuficiente donde se englobe la información necesaria para que el jurado pueda valorar sin necesidad de ningún otro soporte.
- Entre 2 y 10 fotografías del evento en alta resolución para posible publicación (en archivos individuales).

En caso de carecer de los formularios y/o materiales especificados como obligatorios, la organización se reserva el derecho de rechazar la candidatura.

12. Formato de entrega de las candidaturas

Debe respetarse el formato predeterminado de los formularios: tipografía, tamaño de letra y límite de caracteres definido en cada caja de texto. No está permitida la edición del formato de los formularios para ampliar el número de caracteres. Los formularios deben entregarse en el mismo formato en el que el organizador los entrega. Este punto es importante para asegurar la facilidad de lectura y análisis por el jurado y por tanto su buen entendimiento de todas las candidaturas.

13. Fechas de envío de las candidaturas

Las candidaturas deben mandarse por wetransfer o servicio equivalente (la buena transmisión es responsabilidad del candidato).

El primer plazo de presentación de las candidaturas finaliza el martes 9 de julio de 2024 a las 20:00h (fecha y horario de recepción del email con enlace de wetransfer o equivalente). Pasada esta fecha, los candidatos podrán presentar los proyectos con un recargo de coste, hasta el martes 16 de julio a las 20:00h. No se aceptará ningún retraso comparado con estos días y horarios.

14. Costes

Cada candidatura requerirá de un pago de 250€ + IVA 21% (1º plazo) o 350€ + IVA 21% (2º plazo) realizado mediante transferencia bancaria o domiciliación. El pago se deberá efectuar antes de la segunda fecha de presentación (16 de julio a las 20:00h) y no se reembolsará en el caso de que la candidatura sea rechazada por no cumplir las presentes bases.

15. Proceso de votación y selección de los ganadores

Los ganadores serán escogidos por un jurado formado por expertos de la industria siguiendo las presentes bases. El contenido de las deliberaciones del jurado no se hará público. Grupo eventoplus no tiene derecho de voto ni puede influenciar en los debates y las votaciones, el jurado es absolutamente soberano. Los miembros del jurado se pueden presentar, pero saldrán de la sala de votación cuando una categoría incluye una candidatura suya, o si se detecta cualquier conflicto de intereses que pueda afectar su votación. Tendrán que avisar a la organización si este tipo de conflicto de intereses se produce.

Durante el proceso de votación y, a fin de favorecer la imparcialidad del voto, el nombre de la agencia será ocultado. Que aparezca este nombre en el material para el jurado llevará a la eliminación de la candidatura. En las categorías de Mejor catering o Mejor espacio, el nombre del candidato no será escondido. En el caso de Mejor montaje técnico, no se ocultará el nombre o la imagen del partner técnico, pero sí el de la agencia (en caso de ser una candidatura compartida).

El jurado se limitará a evaluar los trabajos presentados basándose en la documentación de la candidatura, no por referencias que pueda tener. En el caso de un evento que forme parte de una campaña de comunicación más completa, el jurado juzgará el evento, no el conjunto de la campaña.

16. Dejar desierta una categoría

Si una categoría recibiera 5 candidaturas o menos, la organización se reserva el derecho de anular dicha categoría, reembolsando las cuotas de inscripción de los candidatos.

Todas las categorías contarán con tres ganadores: un premio de oro, otro de plata y otro de bronce. El jurado podrá dejar una categoría (total o parcialmente) desierta si el 75% o más del grupo así lo considera.

17. Autorización de uso del contenido de las candidaturas

Al inscribir una candidatura, los candidatos autorizan a Grupo eventoplus la comunicación del contenido de las candidaturas, así como su edición y distribución.

18. Comunicación de ganadores y la entrega de los Premios eventoplus

Los ganadores se anunciarán en la Gala de entrega de los Premios, los medios de Grupo eventoplus, así como una comunicación general a la prensa y otras posibles comunicaciones que la organización considere adecuadas.