**Pressemelding nominerte til Sponsor- og Eventprisen 2019.**

**De nominerte er nå klare**

-      Blant 139 kandidater er nå 45 klare for finaleheatet til Sponsor- og Eventprisen 2019. Juryen har tatt sine beslutninger, forteller daglig leder Hege Mauroy i Sponsor- og Eventforeningen.

Sponsor- og Eventprisen har ti kategorier: Årets Sponsorkampanje, Årets Idrettsponsor, Årets Kultursponsor, Årets Samfunnsengasjement, Årets Sponsorobjekt, Årets Eventbyrå, Årets Eksterne Event, Årets Interne Event, Årets Perle og Årets Bransjepris.

Rune Bjerke har sittet i juryen til Sponsor- og Eventprisen i tre år, hvorav to år om juryleder.

* Kvaliteten på søknadene er betydelig forbedret, fra strategi og planer til selve gjennomføringen og ikke minst dokumenterte resultatene. Nivået på eventene og de ulike uttakene av sponsoratene synes jeg er imponerende. Det er meget gledelig med denne positive utviklingen fordi prisen skal anerkjenne målrettet og nyskapende påvirkningsarbeid med bruk av sponsing og/eller event som virkemiddel, sier Bjerke.

Han legger til:

* Noen av bidragene og casene er dessuten så gode at de burde inspirere hele bransjen.

De nominerte til Sponsor- og Eventprisen 2019:

**Årets Samfunnsengasjement** har fem nominerte: BAMA Gruppen, Norges Fotballforbund og EAT for "Eat Move Sleep" – OBOS og Kirkens Bymisjon for "Mindre alene sammen" – SpareBank 1 SMN for "Plastdugnaden 2018" – COOP Norge og Røde Kors for "Coop-dugnaden" – og Bik Bok AS for "#girlsrighttoeducation".

-      Det er en kraftig søkervekst i denne kategorien.  Juryen ser her helt tydelig at investeringer i målrettet sponsorsamarbeid kan gi både kommersielle og samfunnsøkonomiske gevinster, forteller Bjerke.

I kategorien **Årets Idrettsponsor** er følgende nominert: Coop Norge SA for "Ny sponsorstrategi" – TINE SA for "Smart Idrettsmat®- sunnere mat på idrettsarrangementer sammen med TINEs idrettssponsorater" – Dale of Norway for **"**Idrettssponsor siden 1956" – og TINE SA og Norges Friidrettsforbund for "TINEstafetten setter rekorder i jubileumsåret".

**Årets Kultursponsor** har fire nominerte: Norsk Tipping og Norsk Kulturskoleråd for "Drømmestipendet" – OBOS, JCP og Ekko Agency for "Oslo Sommertid" – DNB UNG for "Festivalsommeren" – og Nordea for "Nordeas kulturprogram".

I kategorien **Årets Sponsorobjekt** er følgende nominerte: Oslo Sommertid /Atomic Soul, Ekko Agency, OBOS og JCP Event for "Oslo Sommertid" – Den Norske Opera & Ballett for "Helhetlig samarbeid med partnere" – Toppfotball Kvinner for "Kvinnefotball på dagsorden - med nye sponsorer" – og Bislettalliansen for "Oslo Bislett Games".

-      Disse kandidatene er på god vei til å forstå hvilke egenskaper og kapabiliteter et sponsorobjekt må inneha – hvilket oppdrag eller hvilken jobb de skal gjøre sammen med sponsor. Bra, sier Bjerke.

Event har to helt spesifikke kategorier, en for intern og en for ekstern. Totalt er det ti nominerte.

I kategorien **Årets Interne Event** er følgende nominert: Gjensidige Forsikring ASA for "Gjensidige Games 2018" – Bouvet og KITE Kommunikasjon Event for "Bouvet Play" – Specsavers og Fieldwork for "exSPECt the unexSPECted" – Gjensidige Forsikring ASA og Playroom Event AS for "Husfest 2017" – og Hennig-Olsen Is og Nucleus for "Polferden".

I den andre eventkategorien, **Årets Eksterne Event**, er Nobels Fredssenter, Øyafestivalen og JCP Nordic nominert for "Låta som forandret verden"– Aftenposten Event for "Omkampen" – Just Cruzin Production, SMFB, Trigger, Mediacom og IKEA for "La livet ditt innrede stua» – SpareBank 1 Forsikring og KITE Kommunikasjon Event for "OL TIL FOLKET" – og JCP Nordic, Ekko Agency og OBOS for "OBOS24".

Den helt nye kategorien **Årets Eventbyrå** hedrer selve byrået som står bak eventene. De nominerte her er: OneLouder AS – JCP Nordic– Fieldwork – og 6.sans.

* Event om opplevelses- og påvirkningsverktøy blir i større grad enn tidligere brukt som et strategisk virkemiddel i bedriftene, i markedet og i samfunnet. De nominerte forstår mulighetsområdet til event, hvilke resultater som kan oppnås og leverer kvalitet på et høyt nivå, sier jurylederen.

**Årets Sponsorkampanje** har fem nominerte. Det er: Coop Norge og Røde Kors for "Coop- dugnaden" – OBOS og Norsk Toppfotball for " Årets fotballmamma" – Telenor, Norges Skiforbund og Norges Idrettsforbund for "Vinner Norge, vinner du!" – JCP Nordic, Ekko Agency og OBOS for "OBOS24" – og Equinor Morgendagens Helter for "Koding er gøy".

### 

Kategorien **Årets Perle** er den som fokuserer helt spesifikt på tiltak som med et begrenset beløp har oppnådd betydelige resultater. Her er det fire nominerte: UNICEF Norge og MedHum 2018 for "#LaBarnVæreBarn" – Gjensidige Forsikring ASA for "Plogging" – Nobels Fredssenter, Øyafestivalen og JCP Nordic for "Låta som forandret verden" – og Hennig-Olsen Is for "Norge på langs med Jan".

## -      Store budsjetter gir ingen garanti for en positiv «ROI». Perlen fanger den enkle og gjerne sjarmerende ideen som er satt ut i livet - med betydelige resultater, forteller Bjerke.

**Årets Bransjepris** er en kategori som ikke er søkbar. Det er bransjen selv som foreslår og juryen som nominerer på basis av innspill.

-     I denne kategorien har juryen nominert fem kandidater. Men i motsetning til de ni andre kategoriene der juryen også kårer vinneren, er det bransjen som skal stemme frem vinneren av Bransjeprisen, sier Bjerke.

De nominerte i Årets Bransjepris er: OBOS for sitt store nasjonale og regionale engasjement som sponsor innen både kultur og idrett – Coop Norge i samarbeid med Røde kors for Coop-dugnaden – HSMAI Norway for deres mangeårige bidrag til å sette fokus på fagområdet event – Passion for Ocean for Passion for Oceanfestivalen 2018 – og Røde Kors for sin evne til å utvikle og videreutvikle nye, effektive prosjekter sammen med sine partnere.

-      Da er finaleheatet klart. Vinnerne utropes på bransjens store festdag onsdag 6. februar på flunkende nye Thon Hotel Storo. Frem til da kan du gjøre to ting: Det ene er å melde deg på selve arrangementet. Det andre er å stemme frem Bransjeprisen på foreningens nettsider i slutten av neste uke, sier Mauroy.

Juryen til Sponsor- og Eventprisen 2019 består av, i tillegg til juryleder og førsteamanuensis ved Høyskolen Kristiania Rune Bjerke: Sponsoransvarlig i Lyse **Cathrine Suttie,** Senior Marketing Partner i Nordea **Hege Fløymo Gefle,**Assisterende  Markedssjef i Norges Idrettsforbund **Bente E. Widding,** daglig leder **Ole Petter Søllesvik** i Kulturkompaniet, byråleder i Maverix **Linda Nordheim,** partner i Fieldwork **Fredrik Kolverud**og **Kirsti Bjerva,** som i tillegg til å være styremedlem i Sponsor- og Eventforeningen, er salgs- og markedssjef ved Rogaland Teater.

**Spørsmål kan rettes til juryleder Rune Bjerke på tlf 982 89 250.**