



DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

"MEDIA RESEARCH OF THE YEAR"

L'introduction d'un dossier de candidature implique automatiquement que le candidat approuve le règlement des AMMA et les mécanismes d'évaluation et d'attribution des prix par le jury.

Les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le lundi **2 mars 2020** minuit sur la plateforme AMMA, par téléchargement.

Chaque soumissionnaire introduisant un dossier à soumettre au jury acquitte une contribution de **300€** HTVA par dossier.

Il faut indiquer le nom et l'adresse mail de la personne de contact auprès de l'annonceur concerné. Cette personne sera invitée sans frais supplémentaires aux événements AMMA.

Attention ! Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent pas dépasser un volume de **5 pages format A4** (police 11) hors feuille de couverture reprenant les informations de base.

Les **Annexes** sont limitées à :

- soit une présentation type Powerpoint de 15 slides maximum
- soit une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers excédant ces volumes peuvent être refusés.

Tous les instituts d'étude et/ou leurs commanditaires sont invités à présenter leur étude au cours de la session « Special Research & Innovation » du **17 mars 2020**.

RAPPEL DES CRITERES D'EVALUATION (extrait du règlement AMMA)

Ce prix récompense **une initiative ayant apporté une contribution essentielle à la recherche media au cours de l'année écoulée.**

Le jury évaluera notamment les critères suivants :

1. Innovation : un nouveau champ de recherche ou une étude jetant un regard original sur une matière.
2. Caractère public : l'étude doit être accessible à une large part du marché, c'est-à-dire que ses données doivent être disponibles à un prix raisonnable pour un grand nombre d'acteurs du marché publicitaire. Des éléments de cette étude doivent avoir été communiqués au marché, notamment sous forme d'article dans la presse spécialisée et/ou par des présentations auprès d'un grand nombre d'acteurs sur le marché.
3. Robustesse : l'étude doit être solidement étayée (échantillon, méthodologie,...).

Il peut s'agir d'une étude commanditée par l'un des acteurs du marché (agence, régie ou annonceur) mais aussi d'une recherche scientifique menée par un bureau d'études de marché ou par une université.

Nous vous conseillons de consulter l'entièreté du règlement AMMA.



MEDIA RESEARCH OF THE YEAR

Formulaire d'inscription

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Annexes : ... pages.

TITRE DU DOSSIER

RESUME

Courte description de l'étude avec mention du donneur d'ordre et de la société d'études de marché ayant réalisé l'étude

CONTEXTE

Objectifs de l'étude, description et méthodologie

RESULTATS

Résumé des résultats les plus importants

POURQUOI CETTE ETUDE MERITE-T-ELLE UN AMMA ?

Brève description du pourquoi ce case fait la différence sur le marché belge et de sa contribution en terme de plus-value.

ANNEXES

Rapports, Présentations, ...