



DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

“MEDIA AGENCY OF THE YEAR”

Toutes les agences media membres de l’UMA peuvent introduire un dossier.

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.

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.

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

Cet award récompense l’agence qui, mieux que les autres, a réussi au cours de l’année écoulée à se positionner positivement, pas seulement en termes de développement business, mais également dans son apport positif à l’évolution du secteur media.

Les éléments suivants seront pris en compte dans l’attribution du prix :

- développement business durant l’année écoulée
- contribution de l’agence au marché belge des médias en termes de communication, études et publications
- initiatives positives prises par l’agence dans l’année écoulée qui ont une influence notable sur le marché, et qui soient démontrables

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



MEDIA AGENCY OF THE YEAR **Formulaire d'inscription**

Société (agence media) :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Annexes : ... pages.

ARGUMENTATION

POURQUOI L'AGENCE MEDIA MERITE-T-ELLE UN AMMA ?

Description des points prouvant la différence que marque l'agence media.

- Au cours des 12 derniers mois, de quelle façon l'agence s'est-elle profilée dans le marché et s'est-elle particulièrement distinguée de ses collègues ?
- Cela a-t-il eu un effet positif sur le business ?
- Au cours des 12 derniers mois, comment l'agence a-t-elle contribué à l'évolution du secteur media et comment s'est-elle présentée au marché de façon exemplaire et professionnelle ?
- Comment a-t-elle montré au marché l'importance qu'elle consacre à la prestation de service ?
- Peut-elle démontrer qu'elle dispose d'une connaissance particulière du secteur media ?
- Quel apport particulier a-t-elle amené au secteur au cours des 12 derniers mois ?
- Comment a-t-elle démontré sa volonté de renouveau sur le marché ?

ANNEXES

Chiffres, résultats quantitatifs, communication créative, autres éléments...