### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **ADVERTISING BRAND OF THE YEAR**

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

**Date limite** : les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le **24 mars** 2022 minuit sur la plateforme AMMA par téléchargement.

Le soumissionnaire paie une contribution de **€350** HTVA par dossier.

**Attention !** Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent **pas dépasser un volume de 3 pages format A4 (police 11)** hors feuille de couverture.

Les **Annexes** sont limitées à

* Soit une présentation type Powerpoint de 15 slides maximum
* Soit une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers qui excèdent ces volumes peuvent être refusés.

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

Avec ce prix, CommPass souhaite récompenser les annonceurs, qu'il s'agisse de marques ou d'entreprises, qui ont mené des campagnes publicitaires remarquables dans les médias au cours de l'année écoulée.

Les éléments suivants doivent être décrits dans le dossier :

* La visibilité dans les médias (formats, partenariats, parts de marché)
* Innovation, originalité : la mesure dans laquelle les campagnes ont stimulé l'innovation.
* Bonne utilisation des possibilités des partenaires médias
* Bonne coopération avec les partenaires médias

La place accordée au développement durable ou à la responsabilité des entreprises dans les messages et l'exécution de la campagne en ce qui concerne les choix médias, est un atout.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

**ADVERTISING BRAND OF THE YEAR**

**Formulaire d’inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Personne de contact chez l’annonceur (email) :

Annexes : …. Pages.

**TITRE DU DOSSIER**

##### BRIEFING, CONTEXTE & ARGUMENTATION

##### Point de départ : positionnement de la marque, objectifs de communication

Traduction des éléments du briefing dans la stratégie média

Quelles actions ont mené au succès au niveau de l’ampleur de l’impact des campagnes ?

##### RESULTATS

Quels résultats démontrables peuvent appuyer les arguments et prouver le succès de la stratégie de marque ?

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

##### ANNEXES

Timings, cibles, performances, budgets, concepts créatifs …