### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **BEST MEDIA STRATEGY**

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.

**Date limite** : les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le **5 avril 2023** minuit sur la plateforme AMMA par téléchargement.

Le soumissionnaire paie une contribution de **€350** HTVA par dossier. Il est obligatoire d’indiquer le nom de la personne de contact chez l’**annonceur** concernée par le dossier ainsi que son adresse email. Cette personne sera invitée (sans frais supplémentaires) aux événements du calendrier AMMA.

**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.

Les **5 meilleurs dossiers** de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d’experts du jury AMMA qui se réunit les 19 et 20 avril, devront être **présentés au public** par les soumissionnaires durant le UMA Get Together «Best Media Campaigns», le **9 mai 2023**.

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

Ce prix entend récompenser une stratégie média qui s’est distinguée par son approche et par son exécution. Une bonne stratégie se distingue notamment par :

* la traduction des différents objectifs dans le choix des médias
* l’élaboration de la stratégie en tenant compte du budget disponible et des objectifs fixés
* l’application des connaissances acquises grâce à une analyse claire de la cible et de la situation de la marque
* l’innovation au sein du secteur
* l’efficacité de la stratégie pour les objectifs de la campagne, vérifiable par des chiffres (effets sur les ventes, sur la notoriété ou sur la façon dont la marque est perçue par les consommateurs, ou toute autre métrique pour estimer le succès)

Le dossier doit pouvoir montrer la consistance entre le briefing initial et la réponse apportée en termes de médias.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

**BEST MEDIA STRATEGY**

**Formulaire d’inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Nom de la personne de contact chez l’annonceur :

E-mail contact chez l’annonceur :

Annexes : …. Pages.

**TITRE DU DOSSIER**

##### BRIEFING, CONTEXTE & ARGUMENTATION

##### Point de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif, …

Traduction des éléments du briefing dans la stratégie

Cibles de communication

Quels médias sont utilisés dans la stratégie et avec quels objectifs de communication ?

**QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE FINALE DU MEDIA MIX ?**

Les résultats qui prouvent les performances ?

##### LA CONTRIBUTION DE L’EXPERTISE MEDIA ?

##### RESULTATS

Mesures et trackings, témoignage annonceur, les effets en PR, …

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

##### ANNEXES

Timings, cibles, performances, budgets, concepts créatifs …