### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **BEST USE OF NATIVE & CONTENT**

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 **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 avec les renseignements.

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 sont 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 le soumissionnaire lors du UMA Get Together «Best Media Campaigns», le **9 mai 2023**.

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

Certaines campagnes se servent des canaux de communication qui peuvent engendrer des effets bénéfiques supplémentaires pour la marque (buzz, viral, Word of Mouth) dans d’autres médias ou à travers les conversations entre les consommateurs, dans une dynamique qui se distingue clairement de la communication «push» formatée.

Ce prix récompense une stratégie et son exécution qui ont utilisé ces canaux de diffusion de contenus de façon remarquable et avec succès dans sa communication.

Le dossier doit contenir et démontrer les critères suivants :

* la planification de la diffusion de contenus sur les plateformes
* l’adéquation des choix des canaux avec la cible, les valeurs ou la stratégie de la marque
* l’étendue de l’amplification des contacts (buzz, shares, comments, etc.)

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

**BEST USE OF NATIVE & CONTENT**

**Formulaire d’inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Nom de la personne de contact chez l’annonceur :

E-mail du 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, cibles de communication, …

Quels «amplificateurs» et diffuseurs de contenus ont été activés pour renforcer la campagne auprès des cibles de la marque ?

Quels effets mesurables ?

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

##### RESULTATS

Mesures, trackings ou témoignages par l’annonceur, les effets en PR, …

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

##### ANNEXES