

KANDIDAATSDOSSIER

voor

MEDIA SUSTAINABLE DEVELOPMENT AWARD

De deelname en de indiening van een kandidaatsdossier impliceren automatisch dat de kandidaat het reglement en de mechanismen voor de werking en de toekenning van de prijzen onderschrijft.

Kandidaatsdossiers moeten ten laatste op donderdag **4 april** middernacht ingediend zijn bij CommPass, uitsluitend via digitale zending op het AMMA-platform.

Elk bedrijf dat een dossier indient met de bedoeling het voor te leggen aan de jury, betaalt een deelname in de kosten van **€350** excl. BTW per dossier.

Opgelet! Kandidaatsdossiers mogen het volume van **3 pagina's A4** (met tekengrootte 11), exclusief de pagina met de basisinformatie, niet overschrijden. Bijlagen zijn beperkt tot

- Ofwel één ppt-presentatie van max 15 bladzijden
- Ofwel één videofilmje van maximaal 3 minuten

Dossiers die deze volumes overschrijden, kunnen worden geweigerd.

De 5 beste dossiers in deze categorie, geselecteerd door een expertgroep van de AMMA Jury op **18 april**, worden beknopt aan het publiek gepresenteerd tijdens de UMA Get Together "Best Media Campaigns" van 15 mei.

CommPass bekroont met deze award de initiatieven binnen de media- & communicatiesector die een verschil maken op het gebied van het inzetten van paid media voor de sensibilisering voor duurzaamheid en de ontwikkeling van tools en metingen die de merken en ondernemingen helpen om meetbare doelstellingen te behalen op het gebied van meer duurzame manieren van productie, distributie en communicatie.

De impact en het succes van de initiatieven zullen worden beoordeeld aan de hand van de volgende criteria:

- Ontwikkeling van tools en metingen om de campagnes duurzamer te maken (inzake CO2 afdruk bijvoorbeeld)
- Vernieuwingen in de ontwikkeling van duurzame doelstellingen
- Initiatieven die het adverteerders mogelijk maken om de marketing & communicatie-investeringen te benaderen in functie van duurzame doelstellingen

Wij raden u aan het volledige AMMA-reglement te raadplegen.

MEDIA SUSTAINABILITY AWARD
Inschrijvingsformulier

Bedrijf:

Contactpersoon:

Functie:

Telefoon:

Mobiel:

E-mail:

Bijlagen: pagina's.

TITEL VAN HET DOSSIER:

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: probleemstelling; communicatiedoelstellingen; doelgroepen, Vertaling van deze uitgangspunten en inzichten in ontwikkelingen inzake duurzaamheid. Communicatiedoelgroepen.

RESULTATEN

Metingen en tracking-resultaten, effecten op imago & branding.

WAAROM KOMT DEZE CASE IN AANMERKING VOOR EEN AMMA?

Kernachtig beschrijven waarom deze case het verschil maakt.