

DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

BEST CREATIVE MEDIA USE

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 **4 avril 2024** minuit sur la plateforme AMMA, exclusivement via envoi digital.

Chaque soumissionnaire qui introduit un dossier avec l'objectif de le présenter au jury, 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 e-mail. Cette personne sera invitée aux événements du calendrier AMMA (la Cérémonie et la Gala AMMA, l'UMA Get Together Best Media Campaigns) au tarif préférentiel de € 170 pp.

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 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 qui excèdent ces volumes peuvent être refusés.

Les **5 meilleurs dossiers** de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d'experts qui se réunit le 17 avril, seront présentés au public durant le UMA Get Together «Best Media Campaigns», le **15 mai 2024**.

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

Ce prix entend couronner **l'utilisation créative d'un média** dans le cadre d'une campagne. Par utilisation créative, on entend un ou plusieurs des éléments suivants :

- Un «coup médiatique» exceptionnel ou sensationnel; qui comprend des éléments médias inhabituels, qui sort des sentiers battus mais dont la valeur ajoutée dans le plan média peut être attestée
- Une utilisation intelligente et innovatrice des médias qui est liée intrinsèquement et directement au concept du message même ;

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

BEST CREATIVE MEDIA USE **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.

Résumé du dossier

CONTEXTE & ARGUMENTATION

Point de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif, ...

Traduction de ces points de départs et insights dans l'utilisation créative du média.

Quels médias ont été utilisés de façon créative et non habituelle et avec quel résultat ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'UTILISATION DANS LE MIX MEDIA ET L'UTILISATION CREATIVE DU MEDIA ?

L'APPORT DE L'EXPERTISE MEDIA ?

RESULTATS

Résultats de tracking ou autres comme des témoignages d'annonceurs, des effets en RP, ...

POURQUOI CE DOSSIER MERITERAIT-IL UN AMMA ?

Comment ce dossier se distingue du reste en quelques mots.

ANNEXES

Planning de la campagne (timing, cibles, performances, frais ou budgets), créations, etc.