

DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

MEDIA 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.

Le dossier peut être introduit par un média ou une régie, un éditeur ou une agence média/créative.

Les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le **4 avril 2024** minuit par voie digitale sur la plateforme AMMA.

Tout soumissionnaire qui introduit un dossier avec l'objectif de le présenter au jury, 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.

Un groupe d'experts composé sur base des membres du steering group du Club 33 de CommPass nominera 5 dossiers le 19 avril prochain pour 40% des points. Le jury final sélectionnera parmi ces finalistes les gagnants avec 60% des points.

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

Pour décerner ce prix, le jury tiendra compte

- de la taille et de l'évolution de l'audience cumulée de la marque média au sein des segments visés au cours de l'année écoulée,
- de la stratégie de communication qui a stimulé un lancement, une promotion ou un repositionnement réussi
- ainsi que le développement d'une forte "communauté de marque" par la réalisation d'une diversification ou par l'interaction avec les groupes cibles.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

MEDIA BRAND OF THE YEAR **Formulaire d'inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Annexes : Pages.

TITRE DU DOSSIER

CONTEXTE & ARGUMENTATION

Point de départ : positionnement, problème, objectifs de la marque média
Traduction des éléments du briefing dans la stratégie

Quelles actions ont mené au succès au niveau du positionnement dans le marché ?

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 ...