### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **MEDIA SUSTAINABLE DEVELOPMENT AWARD**

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.

Les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le **8 avril** minuit par voie digitale sur la plateforme AMMA sur le site CommPass.

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

* une présentation Powerpoint de 15 slides maximum
* une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers qui excèdent ces volumes peuvent être refusés.

Les 5 meilleurs dossiers dans cette catégorie, sélectionnés par un groupe d’experts issus du jury AMMA le 25 avril, seront présentés brièvement au public lors de l’UMA Get Together ‘Best Media Campaigns’ du **14 mai**.

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

Ce prix récompense les projets qui transforment les marques et les médias en moteurs de changement positif, en créant une prise de conscience, en mobilisant et en renforçant l'ensemble de l'écosystème.

Les dossiers seront évalués sur la base des critères suivants :

* Solutions durables et inclusives : développement d'outils, de plateformes ou de méthodologies qui favorisent des pratiques respectueuses de l'environnement.
* Leadership en matière de durabilité sociale : initiatives encourageant les entreprises à adopter des objectifs de durabilité mesurables.
* Impact sociétal et environnemental : projets ayant un impact mesurable, non seulement sur l'environnement mais aussi sur la société, en favorisant l'intégration sociale, l'égalité des chances et l'éducation aux enjeux durables.
* Sensibilisation et mobilisation : campagnes qui inspirent et engagent le public, les annonceurs et les médias sur la nécessité d'une transition vers des pratiques responsables et inclusives.
* Innovations dans le développement d'objectifs durables pour les entreprises médiatiques.
* Initiatives permettant aux annonceurs d'aborder les investissements en marketing et communication en fonction d'objectifs durables.

Nous vous recommandons de consulter le règlement de l'AMMA pour une description complète de cette catégorie et des critères d'évaluation.

**SUSTAINABLE MEDIA AWARD**

**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 :**

**RESUME DU CASE :**

Il est fortement recommandé de rédiger un EXECUTIVE SUMMARY de votre dossier en quelques paragraphes sur la première page de votre dossier.

Vous pouvez utiliser le Chat GTP à cette fin.

##### CONTEXTE & ARGUMENTATION

##### Point de départ : problématique, objectifs de communication, cibles

Traduction en insights et développements en matière de durabilité.

Cibles de communication.

##### RESULTATS

Mesures et trackings, impact sur l’image et la marque

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.