



COMMUNIQUE DE PRESSE

Pour publication immédiate

AMMA 2024:

Après les délibérations du 17 et 18 avril, les jurys d'experts AMMA ont nominé 45 dossiers dans 9 catégories.

EssenceMediacom, Havas Media, Publicis Groupe et Semetis ont obtenu 3 nominations; GroupM, Mindshare, Space et Wavemaker voient 2 de leurs dossiers nominés.

Parmi les régies, Clear Channel se démarque avec 4 nominations, suivi de RMB avec 3 nominations.

Proximus se distingue par des nominations dans 4 catégories différentes.

L'édition 2024 des AMMA (Annual Master in Media Awards) a, encore une fois, établi un nouveau record. Pas moins de 185 dossiers ont été soumis dans les 14 catégories AMMA, qui couvrent chacune un domaine spécifique de l'expertise média. Les 17 et 18 avril, 116 professionnels du jury AMMA 2024, composé par le président du jury AMMA José Fernandez, Chief Customer Experience, Marketing & Digital Officer chez D'Ieteren, se sont réunis lors de 9 sessions pour évaluer les dossiers et nommer les 5 meilleurs cases dans 9 catégories.

L'attribution des AMMA se déroule en effet en deux étapes. Ainsi, les dossiers des catégories 'Best Media Strategy', 'Best Creative Media Use', 'Best Use of Performance Marketing', 'Innovation & Development of the Year', 'Media Research of the Year', 'Best Use of Data', 'Best Use of Native & Content', 'Best Use of 1 Medium' et 'Media Sustainable Development Award' sont évalués lors de neuf séances de jury différentes, où un groupe d'experts sélectionne les 5 meilleurs dossiers par catégorie pour les soumettre ensuite au jugement du jury final AMMA.

Les débats de ces 9 groupes d'experts ont été dirigés par le président du jury, José Fernandez, assisté des présidents de jury des précédentes éditions des AMMA, Nathalie Rahbani, Christine Jean (BROCOM) et Steven De Deyne (Proximus).



José Fernandez préside le AMMA jury d'experts Best Media Strategy dans la salle principale du Google Digital Atelier (Gare Centrale, Bruxelles)

Et les nominés sont...

Les prix de la catégorie très disputée (28 dossiers soumis) 'Best Media Strategy' seront partagés par le jury final entre les campagnes ci-dessous :

Best Media Strategy	Nominees
Proximus; I Got the Fiber	EssenceMediacom
Panos; Thriving against the Odds	Publicis Groupe
Orange Hey; Standing out in a saturated Battlefield	Havas Media
LEGO; Dreamzzz, an Introduction we dreamt of	Initiative
Kruidvat; Xmas	Mindshare

Les prix pour 'Innovation & Development of the Year', qui récompensent les initiatives contribuant de manière remarquable au développement d'un média ou à l'expertise lié au marché de la communication, la liste des nominés est la suivante :

Innovation & Development of the Year	Nominees
Proximus Fiber Hyper Run in Fortnite	Proximus
Platform for Art - Biggest OOH Art Gallery	Clear Channel
Museum M; The ART of Dieric Bouts	AdSomeNoise
Incrementality Experiment	GroupM
DPG Trusted Web: Connecting Brands with Consumers	DPG Media



Dans la catégorie 'Best Use of Data' (18 dossiers soumis), le jury a sélectionné les 5 dossiers ci-dessous :

Best Use of Data	Nominees
Cristal; Double Reach thanks to Data-optimised Targeting	Dentsu / Ads & Data
Engie; Enabling Client Data to improve low-waste Mediaplanning	Space
Korian; Multidata Approach for better elderly Care Image	Semetis
Nescafé Dolce Gusto; CRM Expansion with Data Clean Room	UM
Telenet; From Database to Data-Based	Wavemaker

Pour l'AMMA de 'Media Research of the Year', 5 études sont en lice :

Media Research of the Year	Nominees
Recession Monitor	GroupM
Poll Sud	Rossel Advertising
North-South Credibility Study	Var & RMB
Media Reactions: Perception of Advertising in different Media	Kantar Insights
Finding Oliver Wilson through Black Box	Brightfish

Le nombre record de soumissions (29 !) dans la catégorie 'Best Use of Native & Content' montre que les formats publicitaires 'native' se développent de plus en plus sur notre marché. Pour la première fois, plusieurs dossiers ont abordé la diffusion de contenu via des podcasts et des influenceurs en tant que touchpoints centraux pour les campagnes. Après de longues délibérations, le jury a finalement choisi ces 5 cas :

Best Use of Native & Content	Nominees
Adidas; Club Originals	EssenceMediacom
Bol; Magisch Sinterklaasfeest	Mindshare
Bruxelles Mobilité; Cairgo Bike - Good Wheels	Publicis Groupe
Keytrade Bank; Conseils à 2 balles	RMB
Proximus; First virtual Pukkelpop	Proximus

Le jury d'experts de la catégorie 'Best Use of Performance Marketing' a sélectionné parmi 8 dossiers solides ces 5 nominés :

Best Use of Performance Marketing	Nominees
Samsung; SEA unpacked	Space
Mercedes-Benz; Anticipating the Cookie Apocalypse	PHD Media
Friesland Campina; Valess Trial boost thanks to mPrecision Data	Wavemaker
D'Ieteren; Accurate Tracking in a cookieless World	D'Ieteren Automotive / Stitchd
Carrefour; 41 million Reasons for an Award	Havas Media



Dans la catégorie 'Best Use of 1 Medium', 19 dossiers ont été examinés, tous démontrant comment une utilisation excellente d'un type de 'touchpoint' peut faire une différence significative dans l'atteinte des objectifs de communication. Ce jury très étendu de 18 experts a désigné les 5 nominés suivants :

Best Use of 1 Medium	Nominees
Douwe Egberts; Get the Conversation going	Havas Media
Lindemans; Tarot Predictions Formula	Semetis
Live /s Live; In het krijt bij Gazet van Antwerpen	DVLR DDB
Platform for Art - Biggest OOH Art Gallery	Clear Channel
Proximus; TikTok Case: from zero Dancing to maximum Impact	Digipolitans

La catégorie 'Best creative Media Use' comptait 18 dossiers. Le jury a sélectionné les 5 nominés suivants:

Best Creative Media Use	Nominees
Aldi; Game On - Roblox Adventure	Publicis Groupe
BMW; Bridging the physical Gap with the holographic Wall	Clear Channel
CM; On OnlyFans... really	EssenceMediacom
Lindemans; From pre-party Buzz to Salesboom	Semetis
Vlaamse Overheid; We zien U	Hotel Hungaria

Le prix du 'Media Sustainable Development' récompense le développement de solutions et d'innovations par des entreprises du secteur média contribuant à un écosystème plus durable. Le jury d'experts pour cette catégorie a sélectionné 5 cas :

Media Sustainable Development Award	Nominees
Creating the Future of Media through our People-Powered Platform	Clear Channel
ESG District: AI Copilot makes Sustainability Reports understandable	Mediafin Trustmedia
One Team. One Family. One sustainable Focus	Roularta Media Group
Rethinking, Moving, Bridging for more Sustainability	RMB
Sustainable Innovations Strategy	JCDecaux

Les dossiers nominés seront présentés au jury final AMMA et au public le 15 mai.

En collaboration avec CommPass, l'UMA (United Media Agencies) offre à tous les professionnels du secteur la possibilité de découvrir 30 des dossiers susmentionnés. Les nominés dans 6 domaines d'expertise média (Best Media Strategy, Best creative Media Use, Best Use of Data, Best Use of Native & Content, Best Use of Performance Marketing & Media Sustainable Development Award) tenteront de convaincre le jury final des AMMA qu'ils méritent un prix à travers des présentations succinctes (5 minutes par case).

L'UMA Get Together Best Media Campaigns aura lieu le 15 mai à partir de 12h30 au Resort Dolce La Hulpe à La Hulpe. (Inscription sur www.uma.be).



Le jury final AMMA 2024 se réunira le 17 mai dans les bureaux de D'Ieteren pour décerner les Gold, Silver et Bronze AMMA.

Les prix seront remis lors de la cérémonie festive des AMMA le 6 juin à l'Auditorium 2000 aux Palais des Expositions de Heysel.

Inscriptions AMMA Ceremony : Compass.media

Inscriptions UMA Get Together : [UMA Get Together](https://UMA-Get-Together.com)

Pour toute info:

Max B. Brouns – Coordination Manager AMMA

+ 32 475 97 12 40

AVEC LE SOUTIEN DES SPONSORS AMMA 2024

Ads & Data

One & not the same

