



PERSBERICHT

Voor onmiddellijke publicatie

AMMA 2024:

**9 AMMA expert-jury's nomineerden na beraadslaging
45 dossiers in 9 AMMA categorieën.**

**EssenceMediacom, Havas Media, Publicis Groupe en Semetis werden 3 keer
genomineerd; GroupM, Mindshare, Space en Wavemaker elk 2 keer.**

**Bij de regio's valt Clear Channel op met 4 nominaties, gevolgd door
RMB en Var met elk 3 nominaties.**

**Met nominaties in 4 verschillende categorieën is Proximus het best
presterende merk.**

De editie 2024 van de AMMA (Annual Master in Media Awards) heeft andermaal een nieuw record gevestigd. Er werden niet minder dan 185 dossiers ingediend in de 14 AMMA-categorieën, die elk betrekking hebben op een specifiek domein van de media-expertise. 116 media & reclameprofessionals van de AMMA-jury 2024, samengesteld door voorzitter José Fernandez, Chief Customer Experience, Marketing & Digital Officer bij D'leteren, vergaderden tijdens 9 sessies op 17 en 18 april om de inzendingen te evalueren en de 5 beste dossiers te nomineren voor 9 categorieën.

De toewijzing van de AMMA verloopt in twee stappen. Zo worden de dossiers binnen de categorieën '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' en 'Media Sustainable Development Award' grondig onder de loep genomen tijdens negen verschillende juryzittingen van een groep experts die 5 dossiers per categorie selecteren en doorsturen naar de finale Jury.

De debatten van deze 9 expertgroepen werden in goede banen geleid door juryvoorzitter José Fenandez, bijgestaan door de juryvoorzitters van de vorige AMMA-edities Nathalie Rahbani, Christine Jean (BROCOM) en Steven De Deyne (Proximus).



José Fernandez zit de debatten van de AMMA-expertjury Best Media Strategy voor in het Google Digital Atelier (Centraal Station, Brussel)



En de genomineerden zijn....

De awards voor de felbevochten categorie (28 ingezonden dossiers) 'Best Media Strategy' zullen verdeeld worden door de finale AMMA-jury tussen onderstaande campagnes:

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

Voor de prijzen van 'Innovation & Development of the Year', die initiatieven bekronen voor een opmerkelijke bijdrage aan de ontwikkeling van een medium of aan de kennis van de markt, ziet de lijst der genomineerden er als volgt uit:

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

De top 5 binnen de categorie 'Best Use of Data' (18 dossiers) ziet eruit als volgt:

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

Voor de AMMA van 'Media Research of the Year' komen 5 opmerkelijke cases in aanmerking:

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



Het recordaantal inzendingen (29!) in de categorie 'Best Use of Native & Content' toont aan dat de 'native' reclameformaten zich steeds verder ontwikkelen binnen onze markt. Voor het eerst behandelden meerdere dossiers contentverspreiding via podcasts en 'influencers' als centrale touchpoints voor campagnes. De jury koos uiteindelijk koos uiteindelijk na lang beraad voor deze 5 cases:

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

De expertjury voor de categorie 'Best Use of Performance Marketing' koos uit 8 sterke dossiers deze 5 genomineerden:

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

Binnen de categorie 'Best Use of 1 Medium' werden 19 dossiers gewikt en gewogen die allen aantoonde hoe het excellente gebruik van een touchpoints een wezenlijk verschil kan maken voor het behalen van communicatiedoelstellingen. Deze zeer uitgebreide jury van liefst 18 experts duidde 5 genomineerden aan:

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

De Media Sustainable Development Award honoreert de ontwikkeling van oplossingen en innovaties van mediabedrijven die bijdragen aan een meer duurzaam ecosysteem. De expertjury voor deze categorie selecteerde 5 cases.

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



30 genomineerde dossiers worden aan de finale AMMA-jury en het publiek gepresenteerd op 15 mei

In samenwerking met CommPass, biedt de UMA (United Media Agencies) aan iedereen de mogelijkheid om de 30 genomineerde dossiers te komen ontdekken binnen 6 domeinen van media expertise (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) De genomineerden zullen aan de hand van beknopte presentaties (5 minuten per case) de voltallige AMMA-jury proberen te overtuigen dat ze een award verdienen. (Inschrijven kan op www.uma.be).

De finale AMMA-jury 2024 komt op 17 mei samen in de kantoren van D'leteren om te oordelen over de Gold, Silver & Bronze awards. Na de zitting van de finale AMMA jury worden de genomineerden in alle andere AMMA categorieën bekendgemaakt.

De Awards zullen worden uitgereikt tijdens de feestelijke AMMA Ceremony op 6 juni in het Auditorium 2000 aan de Heizelpaleizen.



Inschrijvingen AMMA ceremony: Commpass.media
Inschrijvingen UMA Get Together: UMA Get Together

MET DANK AAN DE AMMA SPONSORS:

Ads & Data
One & not the same

