



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 regies valt Clear Channel op met 4 nominaties, gevolgd door
RMB met 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 categorie 'Best creative Media Use' telde dit jaar 18 dossiers. De jury selecteerde deze 5 genomineerden:

| 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 |

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: Compass.media

Inschrijvingen UMA Get Together: [UMA Get Together](https://UMA.GetTogether)

MET DANK AAN DE AMMA SPONSORS:

Ads & Data

One & not the same



EMPOWERING MEDIA PEOPLE