

DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

BEST USE OF NATIVE & CONTENT

L'introduction d'un dossier de candidature implique automatiquement que le candidat 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 sur la plateforme AMMA, exclusivement via envoi digital.

Chaque soumissionnaire qui introduit un dossier avec l'objectif de le présenter au jury, paie une contribution de **€ 350** HTVA par dossier. Il est obligatoire d'indiquer le nom de la personne de contact chez l'annonceur concernée par le dossier ainsi que son adresse e-mail. Cette personne sera invitée aux événements du calendrier AMMA (la Cérémonie et la Soirée de Gala des AMMA, l'UMA Get Together 'Best Media Campaigns') au tarif membre de CommPass.

Attention ! Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent **pas dépasser un volume de 3 pages format A4** (police 11) hors feuille de couverture avec les renseignements de base.

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.

Les **5 meilleurs dossiers** de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d'experts du jury AMMA qui se réunit le 23 avril, seront **présentés au public** lors du UMA Get Together «Best Media Campaigns», le **6 mai**.

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

Ce prix récompense les campagnes qui utilisent avec succès des canaux et formats natifs pour générer des interactions significatives et construire des relations durables avec les publics cibles, grâce à des stratégies créant une synergie entre le contenu, les médias et les "communautés", en mettant l'accent sur la pertinence et l'authenticité.

Les cases sont évalués selon les critères suivants :

- Création de contenu communautaire : utilisation de formats et de plateformes qui encouragent l'engagement et la participation des communautés.
- Alignement sur l'écosystème médiatique : cohérence entre les canaux, les valeurs médiatiques et les attentes des publics cibles, tout en respectant les particularités culturelles et contextuelles.
- Intégration dans les conversations : capacité à s'intégrer naturellement dans les conversations organiques.
- Renforcement et viralité : impact grâce à l'amplification et à la diffusion du contenu (buzz, partages, commentaires, réutilisation par les utilisateurs).

- Pertinence et innovation : approche innovante de la collaboration avec les médias et les créateurs pour cocréer un contenu significatif.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

BEST USE OF NATIVE & CONTENT

Formulaire d'inscription

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Nom de la personne de contact chez l'annonceur :

E-mail du contact chez l'annonceur :

Annexes : Pages.

TITRE DU DOSSIER :

RESUME DU CASE :

Le jury AMMA recommande de rédiger un **EXECUTIVE SUMMARY** de votre affaire en quelques paragraphes sur la première page de votre dossier.
Pour cela, vous pouvez utiliser l'IA.

CONTEXTE + ARGUMENTATION

Points de départ : produit ; problème ; objectifs ; concept créatif ;
Traduction de ces points de départ et des insights après élaboration stratégique.
Quels médias ont été utilisés dans la stratégie en vue de l'amplification des contacts et de la diffusion du contenu ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DES DIFFERENTS TOUCHPOINTS DANS LA CAMPAGNE ?

Les résultats qui prouvent la performance de la campagne native ?

RESULTATS

Mesures, trackings ou témoignages par l'annonceur, les effets en PR, ...

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui distingue ce dossier du reste.

ANNEXES

Schéma de la campagne (timing, cibles, performance, frais ou budgets, ...).
Créations etc.