

# UMA Day Best Media Campaigns: presentatie van de genomineerde AMMA-cases



De prestigieuze Annual of Master in Media Awards, beter gekend als de **AMMA**, vinden dit jaar virtueel plaats op donderdag 20 mei. De awards worden één keer per jaar uitgereikt aan mediaprofessionals en -bedrijven voor hun uitzonderlijke prestaties tijdens het afgelopen jaar.

In samenwerking met CommPass, bood de UMA (United Media Agencies) aan iedereen de mogelijkheid alle genomineerde dossiers te ontdekken, samen met de voltallige jury in de vorm van korte videopresentaties tijdens het webinar **UMA Day Best Media Campaigns** van 1 april. Er werden dit jaar 110 AMMA dossiers ingediend in 13 categorieën, die elk betrekking hebben op een specifiek domein van de media-expertise.

Met Karine Ysebrant (Publicis Groupe) en Max Brouns (UMA) als gidsen volgden de presentaties van de genomineerde cases elkaar snel op. De jury onder leiding van juryvoorzitter Christine Jean van AG Insurance (AMMA Media Advertiser of the Year 2020) en ondervoorzitster Nathalie Rahbani van De Vloer, nomineerden in elke categorie 5 cases.



Op 20 april komt de jury samen in de kantoren van AG Insurance om te oordelen over de Gold, Silver & Bronze awards. De voltallige jury kan geraadpleegd worden op de website van CommPass.

Alle presentaties van de genomineerden zijn te bekijken op [Ammastream.be](https://ammastream.be).



# 12 CATEGORIES

- Best Media Strategy
- Best Use of Data & Performance
- Best Use of Interactive & Social
- Best Use of Native & Social
- Best creative Media Use
- Innovation & Development of the Year
- Media Research of the Year
- Media Brand of the Year
- Media Saleshouse of the Year
- Media Saleshouse of the Year
- Media Agency of the Year
- Media Resilience Award

## Best Creative Media Use

- **Bebat** – Bebat ; Pachamama
- **Havas Media** – Devos Lemmens ; Christmas Radio
- **Wavemaker** – Mikado ; Spoiler Alert
- **De Vloer** – RBFA & Child Focus; Missing fans
- **Maxus** – Proximus ; Sunset

## Best Use of Interactive & Social Media

- **Maxus** – Danone ; Light & free
- **GroupM** – L'Oréal ; Rouge Signature
- **Space** – Samsung ; Optimizing the optimum
- **Space & SpaceFWD** – Solidaris ; Objective signatures
- **Semetis** – VOO; New reality through conversational marketing

## Best Use of Native & Content

- **Fimare Consulting** – DELA ; Talking about death during the pandemic,
- **Wavemaker** – Oreo ; Lockdown Challenges, Wavemaker
- **Phd Media** – SBS Belgium ; wtFOCK ; Generation Woke engages its audience
- **Mediaplus** – De'Longhi ; Straight to the soul of coffee, Mediaplus
- **DPG Media** – Humo ; Krasse knarren by VDAB

**CommPass**  
EMPOWERING MEDIA PEOPLE

Best Use of Data & Performance Marketing  
**Google**

**AMMA**  
2021

**www.ammastream.be**

**NOMINEES**

- Ardennes Etape; Reducing Waste - **Semetis**
- D'leteren; Always On – **MediaCom**
- Santa Maria; Spicing up! – **Pivott**
- DMLights; Profit Engine – **Semetis**
- Playstation; Ghost of Tsushima – **MediaCom**

### **Innovation & Development of the Year**

- **Semetis** – Ardennes-Etape ; Predictive user scoring
- **De Productiepartners** – Framework ; Integratieplatform tussen merken en content makers
- **AdSomeNoise** – Overstock Garden ; Cookieless advertising, AdSomeNoise
- **JCDecaux** – Programmatic OOH – JCDecaux pDOOH powered by VIOOH, JCDecaux
- **UMA** – UMA Digital Benchmark: Some transparency at last!, UMA

### **Media Research of the Year**

- **Space** – Alpha, attention to advertising, episode 2
- **bpost** – PaperMail ROI research project
- **GroupM** – [m]Response meets [m]Score, an integrated ad scoring model
- **RMB** – MediaXtend
- **DPG Media** – Attention & online video quality