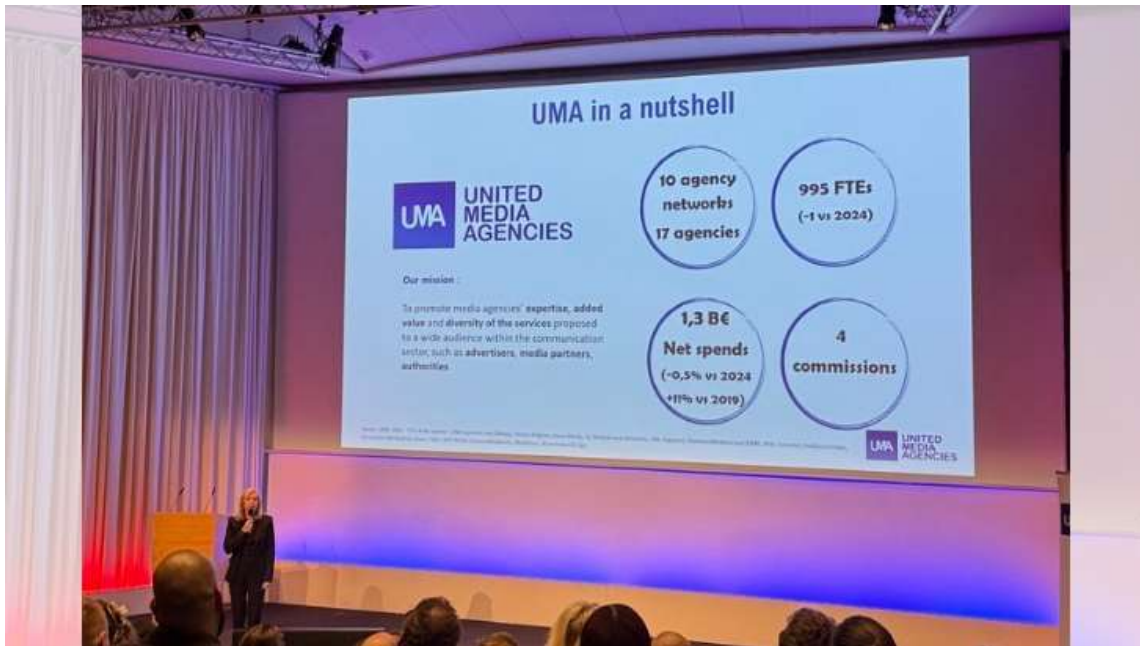


## AMMA-cases voorgesteld tijdens UMA Get Together in Dolce La Hulpe

Op woensdag 6 mei ging de 5de editie van de UMA Get Together door in Dolce La Hulpe. Dit jaarlijks netwerkevent brengt mediabureaus, adverteerders en experts samen rond thema's zoals media-effectiviteit, creativiteit, data, innovatie en de toekomst van het medialandschap.



Tijdens het event werden de 5 genomineerden per 7 categorieën kort voorgesteld aan het publiek en de AMMA-jury.

De AMMA jury bestaat uit 175 media- en reclameprofessionals, onder leiding van juryvoorzitster **Naomi Osorio Galan** (Media Operations Manager BeLux bij The Coca-Cola Company) en vicevoorzitter **Gaetano Palermo** (Head of Brand Advertising & Media bij Engie).

De UMA Get Together officieel geopend door **Kelly Maes** en **Véronique François**, de presentatrices van de dag. De introductie werd gegeven door **Nathalie L'Hoir**. Zij gaf daarbij ook wat meer uitleg over de UMA, die opgebouwd is rond vier commissies – Business, Expertise, Marketing & Communication en Talent & People – die elk focussen op een ander aspect van de mediasector. Dit jaar werden er maar liefst 201 cases ingediend voor de AMMA, wat een nieuw record is.

### AMMA-categorieën

Tijdens de UMA Get Together werden de AMMA-categorieën in drie delen voorgesteld. In het eerste deel kwamen Best Long-Term Media Strategy en de Media Sustainable Development Award aan bod.

Om 12u volgde een pauze met een walking buffet. De presentaties werden hervat rond 13u30.

Het tweede deel werd ingeleid door **Max Brouns**, algemeen secretaris van de UMA, die CommPass in de kijker zette. Daarna werden de volgende AMMA-categorieën toegelicht: Best Use of Performance Marketing, Best Creative Media Use, Best Use of Data en Best Use of Native & Content.



## YMCE 2026: jong talent in de kijker

Vervolgens nam het publiek en de jury een korte koffiepauze, waarna de winnaars van de YMCE 2026 werden voorgesteld.

YMCE zet jong talent in de mediasector in de kijker. De deelnemers werkten een volledige dag in 7 teams van twee aan een case voor Flying Fish, het flavoured bier van AB InBev.

Drie teams werden genomineerd:

- **Marie Capart** (Semetis) & **Romane Tintignac** (Mindshare),
- **Emilie Andries** (Publicis Groupe) & **Thomas Jossa** (EssenceMediacom) en
- **Manon Michiels** (Ogilvy Social.Lab) & **Camille Servais** (Semetis).

Tijdens de UMA Get Together werden de winnaars bekendgemaakt. Proficiat aan Thomas Jossa en Emilie Andries!

# MediaSpecs



Tot slot werd het derde en laatste deel van de AMMA voorgesteld: Best Media Strategy. De namiddag werd afgesloten met een dankwoord van Naomi Osorio Galan en Max Brouns, waarin ze de sterke kwaliteit van de cases benadrukten.