

2026

The
MediaLeader

Adwanted Research Awards

CAHIER DES CHARGES

Clôture des candidatures
Mercredi 6 mai 2025

Remise des prix
Jeudi 11 juin 2026

Sommaire

Édito

p.3

Les phases clés

p.4

Catégories

p.5

Critères de notation

p.6

Composition du dossier

p.7

Clause de participation

p.8

Médiatisation

p.9

Les jurés des précédentes éditions

p.10

Chaque année, les Adwanted Research Awards (ARA) sont l'occasion pour le marché de découvrir de nouvelles manières d'aborder les insights. Les éditions précédentes nous ont fait découvrir les potentialités des personas synthétiques, du CX prédictif, et notre table ronde sur l'IA en 2025 posait les premières bases de ce qui est aujourd'hui connu sous le nom de Generative Engine Optimization.

Cette année, nous espérons avoir le plaisir de découvrir de nouvelles avancées dans vos soumissions. Notre jury indépendant, composé de directeurs études annonceurs et d'experts du secteur, récompensera les innovations les plus transformantes et les plus actionnables.

La nouveauté ne fait pas tout

En 2026, nous repensons radicalement notre catégorie Flashback. Fini le simple retour sur les lauréats passés : la compétition s'ouvre désormais aux programmes d'études récurrents — baromètres, trackings, dispositifs longitudinaux — dont la valeur se mesure dans la durée. Vous pilotez un programme d'études depuis deux, trois, cinq ans, avec des résultats concrets à la clé ? C'est exactement ce que nous cherchons. Il n'est plus demandé que votre étude ait été primée les années précédentes.

Pourquoi candidater ?

Parce que les ARA, c'est une vitrine unique devant les décideurs du marché : l'occasion d'affirmer votre vision stratégique, de démontrer l'impact de vos insights sur la performance des marques, et de bénéficier d'une visibilité premium dans The Media Leader.

Un palmarès exigeant

Chaque dossier est évalué par un jury d'experts indépendants. Les présélectionnés défendent leur approche en soutenance, avec des retours argumentés. Les lauréats bénéficient d'une couverture intégrale : cérémonie, newsletter, réseaux sociaux, interviews.

Des catégories recentrées pour coller au marché

Pour plus de lisibilité, nous avons fait évoluer l'architecture du concours :

- « CX & Retail » → **Parcours & Expérience Client**
- « Data & IA » → **Meilleure utilisation de l'IA**
- **Brand Value** et **Brand Purpose** sont désormais deux catégories distinctes
- « Social » → **Social Media & Influence**
- « Trends & Foresight » → **Trends, Markets & Foresight** (intègre la segmentation et les études de marchés)
- « Innovation » → **Insights & Innovation Produit**

Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 6 mai. La remise des prix se tiendra le 11 juin chez Publicis Media. À vous de jouer.



François Quairel
Head of content - The Media Leader

Pour toute demande de partenariat :

Alexandre HIRIART
Business director
ahiriart@themedialeader.pro

Pour toute question :

Alice PICARD / Gilles GIUDICELLI
Events manager / Expert études
ara@themedialeader.pro

La phase de candidature Jusqu'au 6 mai 2025

- Qui peut participer ? Les sociétés d'études, insights, recherche ainsi que leurs clients : annonceurs, médias, régies publicitaires, start-up, agences ou agences médias.
- La plateforme de dépôt de candidatures est accessible à l'adresse suivante : candidature.themedialleader.fr.
- Les travaux présentés doivent être parus **entre avril 2025 et avril 2026**.
- Tous les dossiers doivent impérativement être remis avant le **mercredi 6 mai 2026** à 23h59 uniquement sur candidature.themedialleader.fr. Aucune candidature ne pourra être retirée de la compétition après cette date.
- Attention, des frais supplémentaires seront appliqués en cas de retard de dépôt (150 € HT par dossier).
- Vous pouvez déposer **un même dossier dans 2 catégories maximum**.

Les délibérations du jury Jeudi 28 mai 2026

- Le Jury sera composé de :
 - Directeurs études/insights annonceurs de secteurs variés
 - Représentant(s) études (agence média, régie publicitaire, adtech)
 - Expert(s) études (ancien annonceur/professeur...)
- Le jury aura accès aux candidatures dès jeudi 7 mai pour l'évaluation.
- Les candidats sont invités à **défendre oralement leur candidature** le jour des délibérations.
- Le jury se réserve le droit de reclasser un dossier ou créer une nouvelle catégorie. Il remettra un trophée or et/ou argent dans chaque catégorie.
- Le jury s'engage à **respecter la confidentialité totale** des contenus des dossiers évalués ainsi que des délibérations.

La remise des trophées Jeudi 11 juin 2026

La remise des Adwanted Research Awards 2026 se fera le **jeudi 11 juin** chez Publicis Media (Paris 17).

Seront remis :

- un trophée or et/ou argent pour chaque catégorie
- un trophée de l'étude de l'année
- un trophée de l'institut de l'année
- un trophée "coup de cœur GenZ"

Les lauréats pourront présenter brièvement leur étude au public.

	Catégorie	Descriptif
1	Parcours & Expérience Client	Analyse des parcours clients, des expériences d'achat et de la satisfaction client, online et offline. Focus sur l'innovation en matière d'expérience client et de retail, incluant l'omnicanalité et les nouveaux formats de commerce (retail media, livestream shopping, etc.)
2	Brand Value	Études sur la marque employeur, la culture d'entreprise et la valeur financière des marques.
3	Brand Purpose	Études sur l'engagement des marques, leur impact sociétal et environnemental, leur capital de marque et leurs valeurs RSE.
4	Media & Audience	Évolution des mesures média, du comportement des cibles, mesure de l'attention.
5	Media ROI	Identification et mesure de performance des leviers publicitaires.
6	Trends, Markets & Foresight	Analyse et segmentation de marchés, de consommateurs et de cibles. Détection de tendances comportementales, économiques et publicitaires. Études prospectives sur les évolutions des usages et des marchés.
7	Meilleure utilisation de l'IA	Récompense l'innovation et l'ingéniosité dans l'utilisation de l'intelligence artificielle (généraliste ou autre) dans le cadre de problématiques insights.
8	Social Media & Influence	Études de social listening et influence. Études sur les comportements de recherche (sur les moteurs de recherche, les plateformes d'IA générative et autres).
9	Insights & Innovation Produit	Études sur les stratégies d'innovation produits et services. Test et validation des nouveaux concepts (nouveaux produits, packaging, etc.).
10	Flashback	Programmes insights pérennes, durablement ancrés dans les organisations qu'ils servent. Peuvent relever de l'une ou l'autre des 9 autres catégories. (Contrairement aux éditions précédentes, il n'est plus nécessaire d'avoir été lauréat ARA pour candidater au Flashback.)

Vous pouvez déposer un même dossier dans 2 catégories maximum.

CRITÈRES DE NOTATION

Tous les dossiers déposés dans ces catégories seront jugés selon différents critères (pouvant varier selon les catégories) :

Critères d'innovation et excellence (coefficient 3)

- Approche méthodologique
- Diffusion et mise en action des insights

Critères d'impact (coefficient 2)

- Impact et efficacité
- Scalabilité
- Impact RSE (Brand Purpose uniquement)

Critère de forme (coefficient 1)

- Clarté de la présentation, respect du cahier des charges

SOUSSION DES CANDIDATURES

La soumission des candidatures se fait exclusivement en ligne.

- Rendez-vous sur : candidature.themedialleader.fr
- Créez un compte
- Suivez les instructions pour commencer votre candidature. La sauvegarde est automatique, vous pouvez commencer et reprendre à un autre moment.
- Une fois les éléments déposés, vous pourrez y apporter toute modification souhaitée jusqu'à la date limite de dépôt fixée au mercredi 6 mai 2026. Une fois ce délai passé, plus aucune modification ne sera plus possible.
- Il est impératif de bien renseigner tous les champs nécessaires et d'importer tous les éléments cités dans la page suivante ("composition du dossier").
- Une facture vous sera envoyée par les équipes organisatrices en fonction du nombre de dossiers déposés.

En cas de besoin, les équipes sont là pour vous accompagner et répondre à vos questions. N'hésitez-pas à nous contacter sur ara@themedialleader.pro

Sur la forme, votre support de présentation doit être

- En **format PDF**
- **Orientation paysage** avec une **police de caractère de 12 minimum**
- **Entre 5 et 10 pages maximum (annexe(s) incluse(s))**

Sur le fond, votre dossier doit être construit de la façon suivante :

- Descriptif en 1ère page :
nom de la société, titre de l'étude, client, nom de la catégorie
- Pitch/Résumé de l'étude : **150 mots max**
- Reason why de l'étude :
contexte et exposé de la problématique annonceur / client - objectif de l'étude
- Contenu de l'étude :
détails des étapes de la méthodologie, outils utilisés - résultats et/ou insights - un retour d'annonceur (vivement conseillé mais pas obligatoire) - délai de réalisation
- Caractère innovant
- Budget / fourchette budgétaire
- Annexe (facultatif)

Doit également s'ajouter au dossier, **vosre tribune** (format Word) qui sera publiée dans The Media Leader avant la cérémonie de remise de prix.

Objectif : Défendre sa vision des études, son savoir-faire et surtout présenter le(s) cas inscrit(s) aux Adwanted Research Awards 2026.

Contenu de votre tribune :

- Nombre de caractères : **3500 max, espaces compris**
- Titre
- Image fixe (JPEG/PNG - 728*410px - 80ko max)
- Nom et fonction du signataire

NB : Une seule tribune par candidat, quel que soit le nombre de dossiers déposés.

Merci de bien vouloir compléter et signer la clause de participation en page suivante et nous l'envoyer à ara@themedialeader.pro

Société (à facturer)

Nom de la société : _____

Numéro SIRET : _____

Adresse postale : — _____

Responsable de l'envoi des éléments

Nom /Prénom : — _____

Téléphone : — _____ E-mail : — _____

Fonction : — _____ Secteur d'activité : — _____

☐ Je m'engage à accepter que ma participation aux Adwanted Research Awards soit rendue publique sur les différents supports et réseaux sociaux The Media Leader.

☐ Je m'engage à régler les frais de participation équivalant au nombre de dossiers déposés, avant le 6 mai 2026. Dans le cas contraire, la participation sera refusée.

Pack #1	Pack #2	Pack #3	Pack #4	Pack #5
1 dossier (1 dossier dans une catégorie)	2 dossiers (2 dossiers dans 2 catégories ou 1 dossier dans 2 catégories différentes)	3 dossiers	4 dossiers	5 dossiers et +
1000 € HT	1400 € HT (700 € HT par dossier)	2000 € HT (660 € HT par dossier)	2500 € HT (625 € HT par dossier)	Nous consulter

Dont droits d'entrée de 250 € HT

Date

Signature du responsable

Cachet de l'entreprise

Mise en avant des Adwanted Research Awards 2026 au sein de la Newsletter The Media Leader

en amont

- Mars et avril : annonce des Adwanted Research Awards et présentation du Jury
- Durant tout le mois de mai : publication des tribunes de chaque candidat

11 juin (cérémonie)

- Les lauréats présenteront leur(s) étude(s) récompensée(s) sur scène

12 juin

- Présentation du Palmarès de cette édition dans la newsletter The Media Leader avec interviews des Grands Prix

après l'événement

- Retour sur les cas gagnants
- L'ensemble des étapes sera amplifié sur les réseaux sociaux de The Media Leader
- Diffusion d'un reportage vidéo retraçant la remise des prix

Médiatisation en cas de victoire

Nous proposons un pack médiatisation post event à **4500 € HT** pour les lauréats comprenant

- 1 emailing dédié envoyé à notre base de 35 000 professionnels du secteur
- 1 bannière dans la newsletter The Media Leader et sur notre site, pendant 1 semaine
- Amplification sur nos réseaux sociaux

JURY 2025

Meryem AMRI, **Publicis Media**
Thomas BAROCCA, **SNCF**
Pierre-Emmanuel BERTHIER, **Ex-Procter & Gamble**
Alice BRUNEAU, **Groupe Seb**
Sophie CHWEDURA, **Décathlon**
Annie FITTE-DUVAL, **SNCF**
Antoine GENOT, **Pernod-Ricard**
Cécile LACROIX-LANOË, **Ministère des Armées**
Faïza RABAH, **Omnicom Media Group**
Barbara VITE, **Dentsu**
Margaux ANDANSON, **Sciences Po Grenoble**
Benjamin BASSIGNAC, **Sciences Po Grenoble**
Loris DUMONT, **Sciences Po Grenoble**
Emma GENNO DELCOURT, **Sciences Po Grenoble**
Olivier LE VAN TRUOC, **Sciences Po Grenoble**

JURY 2024

Christine ANTOINE-SIMONET, **Ex-McDonald's, Bacardi, Unilever**
Yael BARON BENSOUSSAN, **Orange**
Alexandra BRUEL, **Mutuelle Nationale Territoriale**
Thomas CHATEL, **La Poste**
Thibaut DE GIVRY, **RATP**
Lynda HASNI, **Azerion**
François LIENART, **CoSpirit**
Karine LOUCAS, **Lacoste**
Juliette MARGERAND, **Pernod Ricard**
Laurent PETITMANGIN, **Air France-KLM**
Yasmine BADI, **Sciences Po Grenoble**
Laura BOIRON, **Sciences Po Grenoble**
Oriane DARRES, **Sciences Po Grenoble**
Olivier LÊ VAN TRUOC, **Sciences Po Grenoble**
Amalia MACHADO, **Sciences Po Grenoble**

Adwanted Research Awards

