

2021 런던국제광고제(LIA) 출품 요강

가. 2021 런던국제광고제 주요 데이터

- ① 출품료 50% 할인 마감일: 2021년 2월 28일
- ② 출품자격: 2019.9.1. ~ 2021.8.8. 사이 노출된 작품
- ③ 2021심사: 미국 라스베이거스 엔코어호텔
- ④ Shortlist 발표: 부문별 심사가 완료되는 시점

나. 출품할 수 있는 작품 ELIGIBILITY

광고주의 허락을 받아 2019년 9월 1일~2021년 8월 8일에 노출(방송, 출판, 배포)된 작품

- ① Craft 카테고리(Art Direction, Illustration 등)를 포함한 모든 출품작은 출품 부문/카테고리에 상관없이, Logos, Trademarks, Copy Marks가 들어있는 노출(방송, 출판, 출시 등)된 것과 동일한 작품을 제출해야 함. 출품용으로 작품을 변경해서는 안됨
- ② 출품을 목적으로 작품을 제작하면 안됨
- ③ 심사위원 요청할 경우, 출품자는 출품작의 자격을 증명할 수 있는 증거를 문서로 제출해야 함
- ④ 최종마감일까지 출품을 완료하지 않은 출품작은 출품사이트에서 자동으로 삭제됨

다. 출품할 수 있는 회사/사람 WHO CAN ENTER

출품작 크리에이티브 과정에 참가한 모든 회사나 개인

- ① 출품작이 1개 이상 회사와 공동작업으로 이루어진 출품작의 경우, 관련된 회사들이 모두 출품할 수 있으며, 원칙은 아래와 같음
 - 1개 광고회사의 특정 작품 제작에 2곳 이상의 지사가 참여했을 경우, 참여한 지사에서는 지사의 이름으로 출품할 수 있음. 이 경우 출품작과 출품료는 출품하는 지사에서 따로따로 제출해야 함. 출품작이 파이널리스트나 그보다 높은 상에 선정될 경우, 출품한 지사 이름으로 보도자료가 배포되고 수상을 하게 됨
 - 여러 형태의 회사들이 공동작업을 한 경우(예, 프로덕션, 디자인, 디지털), 참여한 회사들은 독자적으로 출품할 수 있음. 출품작이 파이널리스트나 그보다 높은 상에 선정될 경우, 출품한 회사 이름으로 보도자료가 배포되고 수상을 하게 됨

라. 출품사이트: <https://www.liaentries.com/submitentry/>

신규출품자는 새로 회원으로 가입 후 출품해야 함

마. 출품부문 및 출품료 AWARD CATEGORIES & ENTRY FEES

부문Media	출품료(US\$) 2021.2.28.까지		출품료(US\$) 2021.3.1부터	
	Single	Campaign	Single	Campaign
Ambient	347.5		695	
Billboard	332.5	397.5	665	795
Branded Entertainment	575	750	1,150	1,500
Creative Use Of Data	337.5		675	
Design	262.5	312.5	525	625
Digital	337.5		675	
Evolution	575		1,150	
Health & Wellness	375	500	750	1,000
Health & Wellness - Craft	325	425	650	850
Integration	500		1,000	
Music & Sound	212.5		425	
Music Video	200		400	
Non-Traditional	397.5		795	
Online Film	362.5	487.5	725	975
Package Design	200	237.5	400	475
Pharma & Medical	375	500	750	1,000
Pharma & Medical - Craft	325	425	650	850
Podcast	175		350	
Poster	332.5	397.5	665	795
Print	332.5	397.5	665	795
Production & Post-Production	237.5	312.5	475	625
Radio & Audio	212.5	250	425	500
Social Media & Influencers	325		650	
Transformative Business Impact	575		1,150	
TV/Cinema	362.5	487.5	725	975

① 2021년 2월 28일까지 출품을 완료한 출품작은 출품료의 50%만 청구됨

② 2021년 3월 1일부터 출품하는 출품작에는 정상 출품료가 청구됨

- ③ 출품료는 출품완료후 7일 이내 결제해야하며, 환불되지 않음
- ④ 대금결제: 신용카드, 송금, 미국회사 발행 수표
- ⑤ 신용카드(Visa, Master, American Express)로 결제시 수수료 4% 출품자 부담
- ⑥ 출품절차를 완료하면 출품시 등록된 이메일로 인보이스가 발행됨
- ⑦ 결재를 은행송금으로 선택한 경우, 은행정보가 들어있는 인보이스를 받게됨

바. 출품의 완료 *Finalized Entries*

- ① 귀하가 온라인에서 출품작업을 마치면, LIA출품 시스템은 자동적으로 Entry Form(s)과 인보이스를 발행하여 귀하가 로그인한 이메일 주소로 발송함
- ② 출품료는 바로 결제해야 함. 출품료가 납부되기 전까지는 출품작에 대한 심사가 이루어지지 않음

사. 심사위원 및 심사절차 *Juries & How We Judge*

- ① 런던국제광고제는 크리에이티브 과정, 크리에이터 그리고 환상적인 크리에이티브 작업의 챔피언으로, LIA는 크리에이티브 아이디어와 작품을 상징하며, 매년 그것을 위해 최고의 인재들과 함께 하는 것을 자랑스럽게 생각하고 있음
- ② 심사위원들은 모든 출품작을 심사함.
LIA의 심사는 모든 심사위원들은 1차 심사때부터 모든 심사위원들이 현장에 참석하도록 하고 있음. 심사작품을 줄이기 위한 사전심사는 없음. dl 원칙은 모든 심사위원들은 모든 작품을 봐야하는 것을 의미함
- ③ 심사장소는 개방되어 있음
언론, 크리에이티브위크샵 참석자, LIA 손님들에게 언제든지 열려있음
- ④ 심사위원들의 결정에 쿼터가 없음
심사위원들이 Grand LIA, 금상, 은상, 동상, 파이널리스트를 완전히 결정하고 있음. 심사가 끝나면 모든 심사위원들은 심사결과 전체를 알수 있음.

아. 크리에이티브 크레딧 *CREATIVE CREDITS*

- ① 모든 크레딧은 출품을 완료하기 전에 입력할 것. 해당되는 사람/회사가 없는 크레딧 영역은 공란으로 남겨둘 것(기입란에 N/A, 스페이스나 기타 등을 넣지 말 것)
- ② 제출한 크레딧은 Of The Year Awards 산정, LIA 홈페이지, 보도자료 및 기타 수상작 홍보자료 등에 사용되기 때문에 꼼꼼히 확인한 후 제출할 것
- ③ 제출한 자료를 수정할 경우 추가비용 USD\$100
- ④ 수상작 발표이후 추가로 크레딧을 넣을 경우 추가비용 USD\$200

자. 케이스 스터디를 출품시 *WHEN ENTERING A CASE STUDY*

- ① 케이스 스터디는 심사위원에게 작품의 핵심아이디어를 나타내기 위해 컨셉과 주요 요소를 어떻게 표현했는지를 확실히 보여줄 것
- ② 3분을 넘기지 말 것
- ③ 영어 나레이션이나 영어자막을 넣을 것
- ④ 케이스 스터디에는 반드시 로열티가 없는 음악을 사용할 것
- ⑤ 음악저작권 때문에 LIA에 출품작 교체를 요청할 경우 수수료 USD \$500이 부과됨

차. 케이스 스터디에 음악을 사용한 출품작 *CASE STUDIES - USE OF MUSIC*

- ① 특정한 음악을 사용한 케이스 스터디가 쇼트리스트 이상을 수상할 경우에는 자동적으로 LIA 쇼트리스트/수상작 사이트에 올려짐
- ② 음악저작권 때문에 LIA에 출품작 교체를 요청할 경우 수수료 USD \$500이 부과됨
- ③ Branded Entertainment 부문 출품작의 경우, Case Study 비디오의 음악을 실제 집행된 출품작에서 사용되지 않은 외부음악을 사용하여서는 안됨. 작품에 실제 사용되지 않은 외부음악을 사용한 출품작은 자격이 박탈됨. 자격이 박탈된 출품작의 출품료는 반납되지 않음.

카. 시상 *The Top Awards*

심사위원장을 포함 모든 심사위원단의 위원은 라스베가스 현장에서 모든 출품작을 심사함. 모든 심사위원단은 금상, 은상, 동상, 파이널리스트를 결정하며, 이 결정은 최종임.

- ① Grand LIA:
의무사항은 아니나 심사위원들이 결정권을 갖고 있음. 각 부문에서 금상이상을 받은 작품이 대상임
- ② Public Service/Social Awareness Grand LIA:
모든 부문의 Public Service/Social Awareness 카테고리에서 금상을 받은 작품 중에서 선정
- ③ '올해의 상(Of The Year)':
수상작에 부여된 점수로 결정됨. LIA는 출품사와 상관없이 출품시 입력된 크리에이티브 크레딧을 사용함. 모든 수상작들의 점수를 합해 가장 높은 점수를 받은 회사나 네트워크를 시상함

가. Global 'Of The Year':

- Network
- Client

- Agency
- Independent Network
- Independent Agency
- Health & Pharma Network
- Health Agency
- Pharma Agency
- Independent Health & Pharma Network
- Independent Health Agency
- Independent Pharma Agency
- Design Company
- Production Company
- Post-Production
- Music & Sound Company
- Radio & Audio Company

나. Regional 'Of The Year':

- 지역구분: 아시아, 호주/뉴질랜드, 유럽, 중동/아프리카, 북미, 남미
- 수상기준: 최소 3개이상의 상(대상, 금상, 은상, 동상)을 수상해야 함
- Network
- Agency
- Independent Network
- Independent Agency
- Health & Pharma Network
- Health Agency
- Pharma Agency
- Independent Health & Pharma Network
- Independent Health Agency
- Independent Pharma Agency
- Design Company
- Production Company
- Post-Production
- Music & Sound Company
- Radio & Audio Company

타. 법적 면책 LEGAL INDEMNIFICATION

- ① 개별 출품작이나 케이스 스터디/프레젠테이션 비디오에 음악을 사용한 출품작은 로열티가 없거나(Royalty-Free)나 허락을 받은(Licensed) 음악을 사용해야 함. 음악이 있는 출품작의 경우, 출품사는 출품하는 시점에 그 음악에 사용권을, 출품작이 쇼트리스트나 그 이상의 상을 수상할 경우 LIA웹사이트에서 사용하거나 노출하는 것을 영구히 LIA에 승인, 보증, 위임함.
- ② 출품작은 LIA에 다음에 대한 손해배상을 하고 보호하고 유지시켜줌; 그 후임자나 담당자; 그리고 모기업, 자회사, 관계사와 그에 소속된 각각의 관리자, 종업원과 대리인으로 부터 출품자가 로열티가 없거나 허락을 받지 않은 음악의 사용이나 제출로 인해 야기될 수 있는 제3자에 의한 출품작에 대한, 책임, 크레임, 요구, 면책, 손실 및/또는 손해-한도 없는 변호사 비용 및 법적 비용 등이 포함되지만 이로 한정되지는 않는-에 대한 상반된 주장이나 특정한 크레임, 요구, 또는 소송과 관련이 있거나 야기된 부분 또는 전체에 대한 책임, 크레임, 요구, 면책, 손실 및/또는 손해(한도없는 변호사 비용 및 법적 비용을 포함 등에 대한 면책
- ③ LIA는 다음에 의거하여 출품자의 보증이나 진술의 불일치로 인해 LIA에서 이미 지급했거나 발생한 또는 LIA를 대신해서 특정한 크레임, 요구, 또는 소송과 관련된 방어, 대응, 협상, 고소고발과 관련된 전체 비용과 경비(한도없는 변호사 비용 및 법적 비용을 포함한 합)을, 어떤 이유에서든 제한없이, 회수할 권리를 가짐. 출품자는 언제든지 출품자의 보증이나 진술의 불일치로 인해 발생한 특정한 크레임, 요구, 또는 소송에서 실제 사용된 금액에 대해 LIA의 요구가 있을 경우 지급해야 함.

파. 출품대행

- ① 대행료: 10만원
- ② 출품대행료는 우리 협회에 대행할 경우에만 발생. 런던광고제에서는 출품사의 정보를 위해 출품사에서 온라인을 통해 직접 출품하기를 원하니, 가능한 직접 출품하시기 바랍니다.
- ③ 출품문의: 배석봉 LIA한국대표 전화(02-2144-0741) 이메일(baeseogbong@gmail.com)

미디어 별 출품작 업로드 스펙

공통으로 적용되는 제출 사양

● 캠페인 출품작

- 캠페인 모든 작품을 각각 JPEG, MOV, MP4 파일로 업로드할 것
- 캠페인의 모든 작품을 보여주는 하나의 case study로 업로드할 것

● Specs for JPEG uploads

- 해상도: Landscape Images: Approx. 2400 x 3000 pixels
Portrait Images: Approx. 3000 x 2400 pixels
300 dpi
- Equivalent to 203mm x 254mm (8 in x 10 in)
- Color Mode: CMYK or RGB
- 파일크기: 최대 6MB

● Case Study

- 케이스 스터디는 심사위원에게 작품의 핵심아이디어를 나타내기 위해 컨셉과 주요 요소를 어떻게 표현했는지를 확실히 보여줄 것
- 3분을 넘기지 말 것(출품부문에 따라 차이가 있어 부문별 요강 확인할 것)
- 영어 나레이션이나 영어자막을 넣을 것
- 케이스 스터디에는 반드시 로열티가 없는 음악을 사용할 것
- 음악저작권 때문에 LIA에 출품작 교체를 요청할 경우 수수료 USD \$500가 부과됨

● Specs for MOV/MP4 uploads

- 해상도:
 - Standard Definition Source Material minimum: 720 x 480
 - High Definition Source Material: 1920 x 1080
 - Frame Rate: Original Frame Rate (23.98, 24, 25, 29.97, 50, 59.94, 60)
- Codec: H264 or Mpeg4, Best Quality
- Data Rate: Minimum 5,000kbps / Maximum 10,000kbps
- Sound: AAC 48KHz
- 파일크기: 최대 1GB
- 슬레이트, 시계, 바 등을 비디오에 넣지 말 것.
- 출품사나 브랜드가 나와있는 출품작은 접수하지 않음

● Specs for MP3 uploads

- Minimum of 64kbps (mono) up to a maximum of 196kbps
- 파일형태: MP3(stereo) with a compression ratio of 22:1
- 파일크기: 최대 3MB

● URL

- 심사위원들이 전체 작품을 볼 수 있는 URL을 제출할 것. URL은 심사위원들이 Case Study를 보고난 후, 전체 작품을 선택할 경우에만 봄.
- 필요하면 사용자 이름과 패스워드도 함께 제출할 것
- 심사용 URL은 2021년 12월 31일까지 활성화되어야함
- (URL주소, 사용자 이름, 패스워드가 잘못되어 심사를 못할 경우 자격을 상실하며 심사를 하지 않음. 이 경우 출품료는 반납되지 않음.

출품부문 Media

Ambient & Activation 부문

- 출품대상: experience design, activation, immersive consumer engagement
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG. 실물 제출 하지 말 것

Single Categories:

- Apparell
- Automotive
- Banking/Financial/Insurance
- Beverages - Alcoholic
- Beverages - Non-Alcoholic
- Business-to-Business
- Confections/Snacks
- Corporate Image/Social Awareness: 브랜드가 첨부되어야 하고, Self-Promotion 포함됨
- Cosmetics/Toiletries
- Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티
 Direct Marketing - Business-to-Business
 Direct Marketing - Consumer
 Education
 Electronics/Tech Equipment
 Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌,
 스포츠 포함
 Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은포함되지 않음
 Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
 Home Furnishings/Appliances
 Household Products
 Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함
 Personal Items/Gift Items
 Pet Products
 Pharmaceuticals
 Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service / Social
 Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐
 Recreation
 Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
 Travel
 Utilities
 Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

BILLBOARD 부문

- 출품대상: 옥외에 집행된 대형 포맷. 정적, 인터랙티브, 디지털 빌보드 포함
- 제출 파일 양식: 실물 제출 하지 말 것
 - Static Billboards: JPEG,
 - Interactive/Digital Billboard: MOV, MP4
- 캠페인출품작:
 - 관련파일을 따로따로 업로드할 것
 - 관련자료를 모두 보여주는 하나의 케이스 스터디 제출

Single Categories: 출품작당 1작품

Apparell
 Art Direction
 Automotive
 Banking/Financial/Insurance
 Beverages - Alcoholic
 Beverages - Non-Alcoholic
 Business-to-Business
 Confections/Snacks
 Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
 Cosmetics/Toiletries
 Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작
 품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
 Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티
 Electronics/Tech Equipment
 Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌,
 스포츠 포함
 Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은포함되지 않음
 Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
 Home Furnishings/Appliances
 Household Products
 Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함
 Personal Items/Gift Items
 Pet Products
 Pharmaceuticals
 Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service / Social
 Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐
 Recreation
 Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
 Travel
 Use of Copywriting
 Use of Illustration
 Use of Photography

Use of Typography

Utilities

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Art Direction Campaign

Business-to-Business Campaign

Consumer Campaign

Public Service/NGO/Charities Campaign: 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Use of Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

BRANDED ENTERTAINMENT 부문

- 브랜드 마케팅 전략의 하나로 오락에 바탕을 두고 브랜드 마케팅 전략을 보완하거나 투명한 매체. Branded Entertainment는 브랜드의 독창성, 포지셔닝이나 마케팅 목표로 여겨지는 모든 콘텐츠(대본공연이나 즉흥공연, 코미디나 드라마, 시리즈나 단편)를 포함함. 이것의 주된 목표는 소비자들에게 오락을 제공하든가 경험을 얻게 하는 것임.
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, MP3. 실물 제출 하지 말 것
 - a. 완전한 작품이 올려져 있는 URL을 제출할 수 있음. 만약 심사위원들이 케이스 스테디를 본 후 완전한 작품을 보고자 할 경우 이 URL을 통해 봄
 - b. 15분이 넘는 출품작은 케이스 스테디(5분 이내)로 제출
 - c. 5분 미만의 출품작은 오리지널 포맷으로 제출

Single Categories

Augmented Reality: 출품자는 컨셉을 설명하고 이용객이 경험하는 것과 같은 실제 AR 경험을 보여주는 케이스 스테디로 제출할 것.

Best Use of Real Time Advertising

Branded IP

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Documentary Feature Film

Documentary Short Film

Documentary TV Program

Entertainment Audio: 음악, 라디오, 오디오, 사운드

Experiential/Live Events

Games

Music Videos

Online Episode/Special

Podcast: 브랜드나 제품의 광고, 판촉, 홍보를 위해 특별히 만들어진 긴 오디오 콘텐츠. 싱글이나 멀티 에피소드 모두 출품할 수 있음

Reality/Unscripted/Alternative TV Show

Scripted Feature Film

Scripted Short Film

Scripted TV Movie

Scripted TV Show

Social Awareness: 공공서비스나 자선 활동 포함

Sponsored Commercial: 프로그램/시리즈물에서 브랜드나 캐스터 또는 스토리라인 인물들의 쇼케이스로 사용된 광고

Taped or Live Event

Virtual Reality: 출품자는 컨셉을 설명하고 이용객이 경험하는 것과 같은 실제 AR 경험을 보여주는 케이스 스테디로 제출할 것.

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Series/Campaign Categories:

Multi-Channel Storytelling

Online Series

Reality/Unscripted/Alternative Series

Scripted TV Series

Creative Use of Data 부문

- 크리에이티브 작업의 영감과 기와 향상을 위해 기본적인 데이터의 역할을 잘 보여주는 작품
- 제출 파일 양식: 케이스 스테디를 MOV, MP4로 제출. 출품작 당 1개의 파일 업로드할 것. 실물 제출 하지 말 것

Single Categories:

Data Collection and Research; 강력한 브랜드 전략이나 크리에이티브 캠페인을 이끌어내는데 도움을 주는 데이터 기반 조사와 시장조사, 데이터 소싱이나 집계

Data Integration: 브랜드 전략이나 크리에이티브 캠페인을 세우는데 인사이트를 주는 다양한 데이터 스트림의 통합

Data-Led Creativity: 브랜드 고객과 연결시키기 위한 획기적인 크리에이티브 작업, 고객 경험이나 방법을 위해 데이터 사용

Data-Led Targeting: 브랜드가 고객과 동일시, 도달, 연결하기 위한 새로운 통팔이나 방법으로 데이터를 크리에이티브하게 사용

Data Visualization: 메시지를 전달하기 위해 데이터를 시각화. 쌍방향, 동적, 정적인 표현을 위해 그래픽, 오디오, 콘텐츠, 장치나 새로운 기술의 사용

Real-Time Data: 브랜드나 비즈니스를 고객과 연결시키기 위해 독특하거나 신선한 방법으로 실시간으로 크리에이티브한 작업이나 체험으로 데이터를 소개

Social-Powered Data: 브랜드나 비즈니스를 고객이나 커뮤니티와 연결시키기 위해 새로운 방법으로 알리거나, 영향을 주거나 고무시키기 위해 소셜 미디어 플랫폼에서 데이터를 추출.

Design 부문

- 비주얼 아이덴티티, 제작물의 가치, 작품의 완성도를 평가. 브랜드 메시지의 전달이나 소비자 인지도를 강화시키기 위한 비주얼 콘텐츠와 관련된 모든 아이디어나 작품
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG
 - Case Studies로 제출할 카테고리
 - Branded Content
 - Creative Use of Data
 - Experiential Marketing
 - Innovative Use of Design
 - Product Development
 - .MOV나 .MP4로 제출할 카테고리
 - Digital Installations
 - Installations/Displays
 - Motion Graphics - Animation
 - Motion Graphics - Typograph
- 출품단계에서는 실물을 받지 않으며, 변경될 경우 연락함.
- 실물은 라스베이거스에서 심사할 때 심사위원이 요청할 경우에 한함

Single Categories: 출품작당 1작품

- Annual Reports
- Art Direction
- Best Use of Real Time Advertising
- Brand Identity - Local, Regional, Global 포함
- Branded Content: 하나의 브랜드로 만들어진 오리지널 콘텐츠. 이것의 목표는 전통적인 광고방식을 이용한 플랫폼이 아닌 소비자들이 관여하여 마케팅 메시지를 전달하는데 있음
- Brochures/Catalogues - Business-to-Business
- Brochures/Catalogues - Consumer
- Calendars
- Client Promotion: Client가 집행한 프로모션
- Corporate Identity: 명함, 초대장, 회사 서식 등
- Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
- Data Visualization
- Digital Installations
- Direct Marketing - Business-to-Business
- Direct Marketing - Consumer
- Editorial Design
- Experiential Design 소비자 체험에 의해 브랜드에 대한 긍정적인 인식을 심어주기 위해 고안된 제품, 반응, 서비스, 이벤트, 환경 디자인
- Innovative Use of Design Video Case Study로 출품
- Installations/Displays 브랜드를 홍보를 위해 공공 환경물이나 사무실등과 같이 외부 공간이나 환경, 빌딩에서 집행된 Permanent 또는 Temporary
- Logos
- Motion Graphics - Animation
- Motion Graphics - Typography
- Naming 연상적이고 기억에 남을 수 있도록 새로운 제품이나 브랜드의 포지셔닝과 핵심을 나타낼 수 있도록 새로운 브랜드나 제품 이름을 만들
- Non-Profit
- Point-of-Sale: 제품이나 서비스를 직접 프로모션하거나 판매하기 위해 인도어용으로

사용된 Displays. 포스터나 인쇄광고는 포함되지 않음

Posters

Product Design: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Product Development: 프로토타입이나 아직 시장에 출시되지 않은 제품 디자인

Retail Space: pop-up 스토어나 가게 윈도우 등과 같은 소매 공간을 위한 디자인

Self-Promotion: 출품사 자체 프로모션

Signage

Spatial Design : 공공장소, 버스 정류장, 공항, 공원, 사무 공간 포함

Sustainable Design: 제품이 환경에 미치는 영향을 고려하여 특별히 고안된 디자인

Tagline/Endline 태그라인/엔드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로 사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글แคม페인이나 다목적 용도로 사용됨,

Tone of Voice: 문어나 구어 커뮤니케이션에 있어 제품이나 브랜드를 위한 특이하고 적절한 보이스의 개발. 브랜드의 향기라고도 표현할 수 있다. 만약 브랜드를 친구라고 부른다면, 당신은 누구와 얘기하는 것인지 알 수 있음

Use of Copywriting

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Art Direction Campaign

Brochures/Catalogues – Business-to-Business Campaign

Brochures/Catalogues – Consumer Campaign

Direct Marketing – Business-to-Business Campaign: 프로모션용 작품

Direct Marketing – Consumer Campaign: 프로모션용 작품

Motion Graphics – Animation Campaign

Motion Graphics – Typography Campaign

Poster Campaign

Use of Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

DIGITAL부문

○ 출품대상: Digital Apps, Digital Adverts, Banners, Games, Mobile, Social Media, AR, VR, Wearables, Websites

○ 제출 파일 양식: URL. 실물 제출 하지 말 것

- 출품작을 가장 잘 나타내는 3~5 JPEGs를 업로드할 것

- JPEGs는 출품작이 소트리스트에 선정되면 사용하는 것으로, 심사에는 사용되지 않음

Single Categories : 출품작당 1작품

Animation/Motion Graphics: 애니메이션, 홀로그램, 모션 그래픽 포함

Apparel

Apps

Art Direction

Augmented Reality

Automotive

Banking/Financial/Insurance

Banners

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨

Cosmetics/Toiletries

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티비티

Education

Electronic Equipment: TV, 모바일폰, 컴퓨터, 카메라, 게임 콘솔 포함

Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함

Foods: 포장식품, 냉동식품, 유아용품, 유제품 포함. 소매점은 포함되지 않음

Electronics/Tech Equipment

Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함

Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음

Games

Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Furnishings/Appliances

Household Products

Illustration

Image Design: 아트웍, 이미지 형상, 사진 등 포함

Innovative Use of Digital

Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함

Microsites

Mobile Advertising

Music/Sound Design: 음악, 브랜드 파트너십, sonic branding 포함

Personal Items/Gift Items

Pet Products

Pharmaceuticals

Programmatic

Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Recreation

Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨

Self-Promotion: 출품사 자체 프로모션

Tagline/Endline 태그라인/엔드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로 사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글캠페인이나 다목적 용도로 사용됨,

Tone of Voice: 문어나 구어 커뮤니케이션에 있어 제품이나 브랜드를 위한 특이하고 적절한 보이스의 개발. 브랜드의 향기라고도 표현할 수 있다. 만약 브랜드를 친구라고 부른다면, 당신은 누구와 얘기하는 것인지 알 수 있음

Travel

Typography

UI - User Interface & Navigation 사용자의 쌍방향 여행

Use of Data

Use of Social Media

Utilities: 가스회사, 모바일폰회사, 전기회사, 전화번호부 포함

UX - User Experience: 행동이나 감정 반응에 초점을 둔 디자인

Viral

Virtual Reality

Visual Design

Weird Wonderful Work

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Evolution부문 (THE NEW부문 이름 조정)

- 당신에게 일을 어떻게 완성했는지 재고하게 만드는 작품, 새로운 방법을 알려주는 작품, 현재 상태에서 벗어나게 하는 아이디어. 눈썹을 치켜올리고 하고 질문을 하게 만드는 작품
- 그것은 사회적 물결이나 새로운 방법이나 새로운 비즈니스 모델일 수도 있다. 새로운 접근법을 사용하거나 새로운 기술이거나 새로운 기술의 사용한 작품; 새로운 플랫폼이나 기존의 플랫폼을 새롭게 사용하거나 다르게 사용하기. 미래를 상징하거나 경계를 넓힐 수 있는 어떤 것. 출품작은 광고보다는 크리에이티브 솔루션에 초점을 두어야 한다.
- 제출 파일 양식: 케이스 스터디를 MOV, MP4로 제출. 출품작 당 1개의 파일 업로드할 것. 실물 제출 하지 말 것

Single Categories

Augmented Reality: 디지털 경험은 라이브 액션 이미지(카메라나 직접 보는 것으로)와 CG 이미지(오버레이나 카메라 기능을 이용한 조작 등과 같이)는 실용적이고 유용하고 크리에이티브한 방식이다. 이것은 모든 매체(모바일장치, 컴퓨터 도구나 라이브 경험 등)에서 사용할 수 있다. 출품자는 컨셉을 설명하고 사용자들이 경험하게 되는 실제의 AR 경험을 자세히 설명하는 케이스스터디로 제출할 것

Best Use of Real Time Advertising

Brand Action; 브랜드 액션은 광고에 정보를 제공할 수도 있으나 광고 자체는 아니다. Small Business Saturday나 Red Bull Stratos에서의 실제 스텐트 행위, McWhopper와 같은 PR스텐트 혹은 REI OptOutside와 같은 특별한 프로그램.

Creative Technology: 기술은 크리에이티브한 방법으로 사용된다. 기술은 스토리텔링이나 스토리 그 자체를 용이하게 하는데 사용될 수 있다. 심사위원들은 기술이 재치있고 크리에이티브하게 사용된 기술을 찾고 있다. 그것이 옛날 기술을 사용한 새로운 방법이든 독특하고 혁신적이고 획기적인 패션의 새로운 기술이든 상관없음.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티

Experiential: 라이브 경험은 사람들에게 제품, 서비스, 브랜드에 반응하거나 빠져들게 한다.

Media Creativity: 아이디어나 콘텐츠는 전통적 크리에이티브 보다는 미디어 에이전시나 속성에서 발전된다

Media Innovation: 소비자나 브랜드의 편익을 위해 비전통적인 방법으로 전통적인 미디어를 배치를 사용하거나 새로운 미디어 기회를 만들어내는 것

Product Innovation 자신만의 혁신적인 방법으로 우뚝 선 제품

Social Media 소셜미디어 플랫폼을 완전히 혁신적이고 독창적인 패션으로 사용한 작품. 여기에는 콘텐츠를 전달하는 새로운 방식, 플랫폼 매카니즘의 영리한 사용, 인플루언스를 독특하게 이용하거나 완전한 플랫폼 활용 등

Technology Development: 소비자들이 자신의 제품이나 서비스에 반응을 보일 수 있는 방법으로 사용된 새로운 기술

Virtual Reality: 디지털 경험은 사람의 시각을 대신해서 스크린 장치를 사용하며 경험에 몰입하고 반응함. 1인이나 여러 명을 대상으로 할 수도 있다. 출품자는 컨셉을 설명하고 이용객이 경험하는 것과 같은 실제 AR 경험을 보여주는 케이스 스터디로 제출할 것

Health & Wellness 부문

- 심사위원들은 개인위생, 자가진단, 건강회복 및 유지, 복지를 위한 소비자용 건강 제품이나 서비스작품의 크리에이티브의 우수성을 평가함. Health/Wellness 캠페인은 그것을 돌보기 위해 보다 많이 신경을 쓰는 사회를 위한 사례
- 건강한 생활을 위한 프로모션이나 진행에 초점을 둔 비약물적/비규제적 제품이나 서비스를 위한 영감을 주는 아이디어나 접근법도 포함됨
- 모든 부문에 출품할 수 있음: Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL.

- Moving components가 있는 출품작: MOV, MP4

Single Categories : 출품작당 1작품

Animal Health

Corporate Communication; 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services

Environmental Health

Fitness: 개인 트레이너, 체육관, 연습센터 포함

Health Institutions: 클리닉, 병원, 외래환자병원, 재활시설, memory centers 포함

Homeopathic/Natural Remedies: 약초치료법, 보완제, 기능음식, 미세영양소, 오메가 3, 노화방지제, 생균제, 발포성 비타민 음료 포함

Innovation 혁신적인 기술이나 아이디어 사용. 전통적인 광고형태는 받지 않음

Insurance Dental, Vision, Live, Pet 포함

OTC - Over-the-Counter: 처방전이 필요없는 약이나 연고 포함

Podcast: 브랜드나 제품의 광고, 판촉, 홍보를 위해 특별히 만들어진 긴 오디오 콘텐츠. 싱글이나 멀티 에피소드 모두 출품할 수 있음

Social Responsibility/Awareness: 모금활동 포함. 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Tech and Personal Devices: Wearables, Apps, Digital Products(FitBit, Apple Watch 등) 포함. 건강한 생활을 기록하고 격려하는 모든 것

Use of Social Media

Campaign Categories: 동일한 매체나 다양한 플랫폼/채널에 집행한 2 작품 이상

Animal Health Campaign

Corporate Communication Campaign: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨

Creative Use of Data Campaign: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics Campaign: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특

정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품. 보행기, 휠체어, 흡입기 등

Education and Services Campaign

Fitness Campaign: 개인 트레이너, 체육관, 연습센터 포함

Health Institutions/Insurance Campaign: 클리닉, 병원, 외래환자병원, 재활시설, memory centers 포함

Homeopathic/Natural Remedies: 약초치료법, 보완제, 기능음식, 미세영양소, 오메가 3, 노화방지제, 생균제, 발포성 비타민 음료 포함

Innovation Campaign: 혁신적인 기술이나 아이디어 사용. 전통적인 광고형태는 받지 않음

OTC – Over-the-Counter Campaign: 처방전이 필요없는 약이나 연고 포함

Podcast Campaign: 브랜드나 제품의 광고, 판촉, 홍보를 위해 특별히 만들어진 긴 오디오 콘텐츠. 싱글이나 멀티 에피소드 모두 출품할 수 있음

Social Responsibility/Awareness Campaign: 모금활동 포함. 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Tech and Personal Devices Campaign: Wearables, Apps, Digital Products(FitBit, Apple Watch등) 포함. 건강한 생활을 기록하고 격려하는 모든 것

Use of Social Media Campaign

Health & Wellness - Craft 부문

- 건강한 생활을 위한 프로모션이나 진행에 초점을 둔 비약물적/비규제적 제품이나 서비스를 위한 영감을 주는 아이디어나 접근법도 포함됨
- 이 부문 출품작은 세계적으로 유명한 프로듀서, 감독, 프로덕션/후반작업/음악/아트/건강 부문에서 일하는 크리에이터들로 구성되는 심사위원회에서 평가됨
- 카테고리들이 연관성이 있으면 동일한 작품의 출품회수는 제한이 없음
- 모든 부문에 출품할 수 있음: Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL.
 - Moving components가 있는 출품작: MOV, MP4

Single Categories: 출품작당 1작품

Animation

Art Direction

Cinematography

Copywriting

Direction

Editing

Illustration

Music & Sound Design

Photography

Production Design

Typography

Visual Effects

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Animation Campaign

Art Direction Campaign

Cinematography Campaign

Copywriting Campaign

Direction Campaign

Editing Campaign

Illustration Campaign

Music & Sound Design Campaign

Photography Campaign

Production Design Campaign

Typography Campaign

Visual Effects Campaign

INTEGRATION 부문

- 멀티채널/플랫폼용, 동일한 제품이나 서비스의 3분이상의 작품
- 제출 파일 양식: Case Study를 MOV나 MP4로 업로드. 1개작품당 1개의 파일만 제출, 실물 제출 하지 말 것

Single Categories

Apparel

Automotive

Banking/Financial/Insurance

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business

Confections/Snacks

Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨

Cosmetics/Toiletries

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티

Direct Marketing

Education

Electronics/Tech Equipment

Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함

Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음

Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Furnishings/Appliances

Household Products

Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함

Personal Items/Gift Items

Pet Products

Pharmaceuticals

Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Recreation

Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨

Travel

Use of Social Media

Utilities

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Music & Sound 부문

○ 싱글 카테고리 출품작은 크리에이티브의 우수성과 캠페인이나 브랜드를 미디어나 플랫폼 품을 넘나들어서 사용할 수 있는 큐레이팅, 믹싱, 프로듀싱, 음악과 사운드의 선곡 등에 있어서의 뛰어난 재능을 평가함

○ 제출 파일 양식: MOV, MP4: 실물 제출 하지 말 것

Single Categories : 출품작당 1작품

Audio Branding 독특하고 소유권이 있는 사운드나 음악을 사용해 브랜드의 실제와 가치를 보여주는 방법

Experiential Use of Music & Sound: 라이브 이벤트, 지속적인 실험, 박물관, 테마가 있는 장소 등을 포함한 음악이나 사운드 디자인이 특정 브랜드를 위한 실험적인 분위기를 조성하기 위해 만들어진 것. 케이스 스터디(3분을 넘으면 안되나 실제 작업한 원래 형태로 출품할 수 있음. 케이스 스터디로 출품할 수 없다면 제공되어야 할 환경과 함께 음악이나 사운드 디자인에 관한 자세한 서면 설명서로 제출할 수 있음

Music Adaptation - Instrumental: 기존에 있는 곡을 새로 작업한 음악은 제출한 작품과 일치해야 함. 각색은 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음. 오리지널 아티스트와 오리지널 노래 제목을 제출해야 함

Music Adaptation - Song: 가사가 있는 기존에 있는 곡을 새로 작업한 음악은 제출한 작품과 일치해야 함. 각색은 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음. 오리지널 아티스트와 오리지널 노래 제목을 제출해야 함

Music Original - Score: 가사가 없거나/거의 없는 음악은 제출한 필름과 크리에이티브하게 만들어져 있어야 함. 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음.

Music Original - Song: 가사가 있는 음악은 제출한 필름과 크리에이티브하게 만들어져 있어야 함. 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음.

Sound Design: 전통적인 의미에서는 음악이 아니지만 사운드의 효과와 현실성을 높이기 위해 사운드, 사운드 조합, 사운드 효과 등을 이용해 사운드를 예술적으로 사용한 것.

Sound Mixing/Editing : 기존 음향 요소들을 편집 믹스하는 것

Use of Licensed Music: "Music Adaptations"에서 사용되는 재녹음을 하지 않고, 필름의 부분으로 기존 음악의 일부를 사용한 경우. 이 경우 원 오리지널 음악가와 노래 제목을 반드시 제출해야 함

Music Video 부문

- 노래나 브랜드를 프로모션할 목적으로 예술가나 밴드가 각색하고 묘사한 대중가요의 공연을 담은 필름/비디오
- 제출 파일 양식: MOV, MP4. 실물 제출 하지 말 것
- Music Videos는 방송이나 출시된 것과 완전히 동일한 오리지널 포맷으로 제출할 것

Single Categories : 출품작당 1작품

Animation
Best Music Video
Choreography
Cinematography
Direction
Editing
Production Design
Visual Effects

Non-Traditional 부문

- 독특하고 새롭고 순수한 아이디어들을 단순히 전통적인 방법으로 평가할 수는 없다. 미래를 생각하게 만든 작품은 전통적인 카테고리에는 맞지 않아 브랜드 커뮤니케이션을 할 수 있게 해주어야 한다. 카테고리 거부하는 작품은 경계를 넘나든다. 출품작은 새로운 기준을 창조해야 한다. 심사위원들은 표현되어진 뛰어난 생각이나 이노베이션을 살펴 본다.
- 제출 파일 양식: MOV, MP4. 출품작 당 1개의 파일 업로드할 것. 실물 제출 하지 말 것

Single Categories : 출품작당 1작품

Apparel
Automotive
Banking/Financial/Insurance
Best Use of Real Time Advertising
Beverages - Alcoholic
Beverages - Non-Alcoholic
Business-to-Business
Confections/Snacks

Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
Cosmetics/Toiletries
Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티
Direct Marketing
Education
Electronics/Tech Equipment
Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함
Experiential
Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음
Guerrilla Marketing
Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
Home Furnishings/Appliances
Household Products
Interactive Installations
Live Events - Beyond Advertising Best Use of Event
Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함
Personal Items/Gift Items
Pet Products
Pharmaceuticals
Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐
Recreation
Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
Travel
Use of Social Media
Utilities
Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Online Film 부문

- 전형적인 아이디어, 작품, 기술 등의 조합을 보여주기 위해 소셜 미디어 플랫폼을 통한

온라인 노출을 목적으로 제작된 커머셜 필름.

- 제출 파일 양식: MOV, MP4. 1개작품당 1개의 파일만 제출, 실물 제출 하지 말 것
- 캠페인 출품작:
 - 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드
 - 비영어권 출품작은 영어로 자막이나 더빙을 한 출품작만 접수

Single Categories

- Apparel
- Automotive
- Banking/Financial/Insurance
- Best Use of Real Time Advertising
- Beverages - Alcoholic
- Beverages - Non-Alcoholic
- Branded Content
- Bumper Ads: 브랜드의 도달과 빈도를 높이기 위한 6초 비디오 형태 아이디어
- Business-to-Business
- Confections/Snacks
- Copywriting
- Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
- Cosmetics/Toiletries
- Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
- Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티비티
- Education
- Electronics/Tech Equipment
- Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함
- Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음
- Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
- Home Furnishings/Appliances
- Household Products
- Humor
- Idents

- Innovative Use of Online Film: Video Case Study로 출품할 것
- Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함
- Movie Trailers
- Personal Items/Gift Items
- Pet Products
- Pharmaceuticals
- Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service/Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐
- Recreation
- Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
- Social Media
- Tagline/Endline: 태그라인/앤드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로 사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글캠페인이나 다목적 용도로 사용됨,
- Title Sequences
- Tone of Voice: 문어나 구어 커뮤니케이션에 있어 제품이나 브랜드를 위한 특이하고 적절한 보이스나 캐릭터의 성격을 개발.
- Travel
- Utilities
- Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Categories (2~5작품)

- Bumper Ad Series : 하나의 프로그램에서 방영된 6초 비디오 시리즈
- Ident Campaign
- Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service/Social Awareness Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Package Design 부문

- LIA에는 전세계에서 가장 최고의 혁신적인 패키지 디자인들이 출품되고 있음. 전세계 유명인들로 구성된 심사위원단은 유난한 기술이 있고 아르마우며 새로운 기원을 창조하는 패키지를 선정함
- 제출 파일 양식: JPEG.
 - 출품단계에서는 실물을 받지 않으며, 변경될 경우 연락함.

- 실물은 라스베이거스에서 심사할 때 심사위원이 요청할 경우에 한함

Single Categories : 출품작당 1작품

- Apparel
- Art Direction
- Automotive Products
- Beers
- Beverages - Non-Alcoholic
- Confections/Snacks
- Cosmetics
- Dairy Products
- Electronics/Tech Equipment
- Entertainment
- Foods
- Gift Items
- Graphic Design
- Household Products
- Liquors/Spirits
- Pet Products
- Pharmaceuticals: 콘돔, OTC, 처방약 등 포함
- Promotional Packaging: 쇼핑백, 선물박스, 판촉 아이템 등 포함
- Recreation
- Retailer Packaging: 소매용 라벨/브랜드를 프로모션하는 제품
- Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
- Special Editions
- Structural Packaging: 소비재를 대량생산하기 위한 주/보조 structural packaging design. 심사는 소재, 구조, 패키지 컨셉 등 전반적인 크리에이티브 솔루션을 기초로 이루어짐. 패키지 디자인은 제품을 보호할 수 있어야 할 뿐만 아니라 구매와 제품 편리함의 경험에 관한 소비자를 사로잡을 수 있어야 하며, 패키지는 제품/브랜드 경험에 필수불가결의 요소임
- Sustainable Packaging 제품의 환경 영향을 고려해 특별히 제도된 패키징
- Tobacco Products
- Toiletries

- Use of Copywriting
- Use of Illustration
- Use of Photography
- Use of Typography
- Wines

Product Line Categories: 최소 2 요소이상

- Art Direction Product Line
- Graphic Design Product Line
- Product Line
- Use of Copywriting Product Line
- Use of Illustration Product Line
- Use of Photography Product Line
- Use of Typography Product Line

Pharma & Medical 부문

- 제약과 의료산업의 크리에이티브 우수성은 심사위원들이 평가된다. 출품작은 사람들의 건강을 알고, 조치하고, 향상시키고 헬스케어 산업을 발전시킬 수 커뮤니케이션과 경험, 이노베이션을 담고 있어야 한다. 작품은 성격상 인간과 동물의 헬스케어에 지원이나 지지하기 위해 헬스케어 소비자, 환자, 공급자, 지급인이나 다른 산업의 전문가들의 의약적 문제, 동기부여 처리 또는 솔루션을 홍보를 지원해야 하남
- 제약이나 의료산업의 규제와 규정들이 심사때 반영될 수 있음
- LIA나 LIA심사위원은 맞지 않게 출품된 출품작은 카테고리를 옮길 수 있는 권한을 가짐. 모든 출품작은 비밀로 다루지며, 허락을 받은 수상작에 한해 웹사이트에 고지됨.
- 출품: 모든 미디어에서 출품할 수 있음, Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Social, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL.
- Moving components가 있는 출품작: MOV, MP4

Branded Categories: 브랜드가 있는 의약품이나 의약품규제자문위원회나 조정팀 (Veeva, JRC, Zinc, 정부/업계에서 주관하는 비슷한 조직)에 의해 승인받은 작품. 출품작당 1작품
Business-to-Business

Corporate Communication

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services

Innovation 기술의 혁신적인 사용이 혁신적인 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services

Use of Social Media

Veterinary 수의

Unbranded Categories: 어떠한 제품명으로도 언급된 적이 없는 제품. 이것은 의학 전문가나 환자들이 질병에 대한 인식을 알리기 위해 생산된다. 출품작당 1작품

Business-to-Business

Corporate Communication

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services

Innovation 기술의 혁신적인 사용이 혁신적인 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services

Use of Social Media

Veterinary 수의

Charity and/or Pro-bono Categories 영리목적이 아니거나 의학전문가를 위한 작품. 이 카테고리 출품작들은 주로 병원이나 제약회사 등과 같은 곳의 장기기증, 암치료등과 같은 공공 캠페인임

Fundraising

Social Responsibility/Awareness

Branded Campaign Categories: 동일한 매체나 다양한 플랫폼/채널에 집행된 2 작품 이상

Business-to-Business Campaign

Corporate Communication Campaign

Creative Use of Data Campaign: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics Campaign: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services Campaign

Innovation Campaign: 기술의 혁신적인 사용이 혁신적인 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines Campaign

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services Campaign

Use of Social Media Campaign

Veterinary Campaign

Unbranded Campaign Categories: 동일한 매체나 다양한 플랫폼/채널에 집행된 2 작품 이상

Business-to-Business Campaign

Corporate Communication Campaign

Creative Use of Data Campaign: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Devices and Diagnostics Campaign: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services Campaign

Innovation Campaign: 기술의 혁신적인 사용이 혁신적인 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines Campaign

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services Campaign

Use of Social Media Campaign

Veterinary Campaign

Pharma & Medical - Craft 부문

- 출품작은 엄격한 기준의 제약산업에서 만들어진 작품의 완성도와 가치를 평가함. 출품작은, 귀하가 감염되지 쉬운 사람이든 환자든 공급업자나 지급인이든 간에, 병의 예방, 관리, 치료에 관한 커뮤니케이션을 담고 있어야 한다.
- 출품작은 국제적 인지도를 가진 프로듀서, 감독이나 프로덕션, 음악, 아트 디렉션이나 제약분야의 크리에이티브 전문가를 구성된 심사위원회에서 심사함. 카테고리들이 연관성을 갖고 있으면 동일한 작품의 출품회수는 제한이 없음
- 출품작은 비밀로 다루지며, 허락을 받은 수상작에 한해 웹사이트에 고지됨.
- 출품: 모든 미디어에서 출품할 수 있음, Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 제출 파일 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL.
- Moving components가 있는 출품작: MOV, MP4

Single Categories : 출품작당 1작품

Animation
Art Direction
Cinematography
Copywriting
Direction
Editing
Illustration
Music & Sound Design
Photography
Production Design
Typography
Visual Effects

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Animation Campaign
Art Direction Campaign
Cinematography Campaign
Copywriting Campaign

Direction Campaign
Editing Campaign
Illustration Campaign
Music & Sound Design Campaign
Photography Campaign
Production Design Campaign
Typography Campaign
Visual Effects Campaign

Podcast 부문

- 컴퓨터나 모바일기기 등에서 인터넷에서 다운로드할 수 있는 디지털 오디오 프로그램. 일반적으로 시리즈물이며 신청자에게 자동으로 다운로드받을 수 있게 할 수 있음. Podcast는 브랜드, 회사, 서비스의 마케팅이나 판촉용으로도 사용됨. 시리즈나 싱글로 출품할 수 있음
- 제출 파일 양식:
 - 오래된 Podcast는 원본이 있는 URL 제출을 권함. 이것은 심사위원들이 작품 전체를 보겠다고 요청할 경우에만 사용될 것임, 실물 제출 하지 말 것
 - 15분이상 출품작: Case Study
 - 5분미만 출품작:Original form

Single Categories: 출품작당 1작품

Branded Podcast
Self-Promotion

Poster부문

- 벽, 버스정류장, 교통수단에 실린 광고. Static Posters와 Interactive/Digital Posters 포함
- 제출 파일 양식: 실물 제출 하지 말 것
 - Static Posters: JPEG.
 - Interactive/Digital Posters: MOV, MP4
- 캠페인 출품작:
 - 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드
 - 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 업로드

Single Categories: 출품작당 1작품

Apparel

Art Direction
Automotive
Banking/Financial/Insurance
Best Use of Real Time Advertising
Beverages - Alcoholic
Beverages - Non-Alcoholic
Business-to-Business
Confections/Snacks
Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
Cosmetics/Toiletries
Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티비티
Education
Electronics/Tech Equipment
Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함
Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음
Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
Home Furnishings/Appliances
Household Products
Innovative Use of Online Film: Video Case Study로 출품할 것
Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함
Personal Items/Gift Items
Pet Products
Pharmaceuticals
Public Service/NGO/Charities: 금상수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐
Recreation
Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨
Travel
Use of Copywriting

Use of Illustration
Use of Photography
Use of Typography
Utilities
Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Art Direction Campaign
Business-to-Business Campaign
Consumer Campaign
Public Service/NGO/Charities: 금상수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐
Use of Copywriting Campaign
Use of Illustration Campaign
Use of Photography Campaign
Use of Typography Campaign

PRINT 부문

- 인쇄된 출판물(잡지, 신문이나 매뉴얼 리포트나 브로슈어 같은 다이렉트 마케팅물 등)
- 제출 파일 양식: JPEG, MOV, MP4, 실물 제출 하지 말 것
- 캠페인 출품작:
 - 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드
 - 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 업로드

Single Categories: 출품작당 1작품

Apparel
Art Direction
Automotive
Banking/Financial/Insurance
Beverages - Alcoholic
Beverages - Non-Alcoholic
Business-to-Business
Confections/Snacks
Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨

Cosmetics/Toiletries

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티브티

Direct Marketing – Business-to-Business

Direct Marketing – Consumer

Education

Electronics/Tech Equipment

Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함

Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음

Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Furnishings/Appliances

Household Products

Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함

Personal Items/Gift Items

Pet Products

Pharmaceuticals

Public Service/NGO/Charities: 금상수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐

Recreation

Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨

Travel

Use of Copywriting

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Utilities

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Art Direction Campaign

Business-to-Business Campaign

Consumer Campaign

Public Service/NGO/Charities: 금상수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐

Use of Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

Production & Post-Production 부문

○ 제출 파일 양식: MOV, MP4. 실물 제출 하지 말 것

○ Remote Production 카테고리: Case Study로 제출

- 케이스 필름을 만들 수 없을 경우, 제작의 어려움과 어떻게 그것을 극복했는지를 서면으로 정리해서 제출해야 함

- 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드

- 비영어 출품작은 영어 더빙이나 자막을 삽입해서 제출할 것

Single Categories: 출품작당 1작품

2D and Stop Motion Animation: 셀 애니메이션과 모션 그래픽 포함

CGI Animation

Cinematography

Direction

Editing

New Director: 6작품 미만의 작품을 감독한 새로운 감독

Performance/Casting: 동물 캐스팅 포함

Production Design

Remote Production: 브랜드, 에이전시, 프로덕션 컴퍼니, 컨설턴시 등에서 간접적인 새로운 방법의 필름작업을 홍보하기 위해 만든 작품. 작품은 전세계가 팬데믹으로 록다운되어 있는 동안 마주친 사회적 거리두기, 여행 제한, 안전수칙에 따라 발생하는 기타 요소들을 고려하여 안전수칙 등을 고려하여 전반적인 완성도와 작품의 가치를 평가함. 아울러 출품작이 업로드되면, 이 카테고리에서는 어떻게 도전을 극복했는지를 케이스 스터디로 받음

Virtual Reality: 출품자는 컨셉을 설명하고 이용객이 경험하는 것과 같은 실제 AR 경험을 보여주는 케이스 스터디로 제출할 것

Visual Effects

Campaign Categories: 출품작당 출품작품수 2~6 작품

2D and Stop Motion Animation Campaign: 제품이나 크라이언트가 동일해야 함. 셀 애니메이션과 모션 그래픽 포함

CGI Animation Campaign: 제품과 광고주가 동일해야 함.

Direction Campaign: 같은 프로젝트에서 제작한 제품이나 광고주가 동일한 작품

New Director Body of Work Campaign: 6작품 미만의 작품을 감독한 새로운 감독

Radio & Audio 부문

○ 듣는 것은 사람에게 가장 빠른 감각이므로 소리, 음악, 감정과 기억, 오디오의 강한 연결을 통해 강력한 반응을 이끌어내며 스크린에서는 불가능한 상상을 자극하는 힘을 가진다. 이 부문에서는 시각없이 브랜드를 인지 및 회상시키는 오디오 중심 콘텐츠를 망라한다. 용감한 아이디어와 타협없이 꼼꼼하게 작업하고 완성된 것을 평가한다. 출품작은 청취자들이 다르게 듣는 방법을 이해하고 청취할 때 특정한 오디오 플랫폼에 적합한 콘텐츠를 담고 있어야 한다.

○ 제출 파일 양식: MP3, MOV, MP4, 실물 제출 하지 말 것
- moving images가 없는 파일은 MOV로 접수하지 않음. moving images이 없는 파일을 MOV로 업로드할 경우 US \$100의 수수료가 청구될 수 있음

- Innovative Use of Radio, Podcasts; MOV, MP4

○ 캠페인 출품작: 캠페인의 모든 작품을 따로따로 MP3, MOV, MP4로 업로드할 것

○ 비영어권 출품작

- 비영어권 출품작은 오리지널 자국어로 제출할 것
- 오리지널 음악/사운드 이펙트에 영어로 더빙한 사본을 제출할 것: MP3
- MP3 사본 제출이 어려울 경우 서면번역본을 제출할 것

Single Categories: 출품작당 1작품

Adapted Music

Apparel

Automotive

Banking/Financial/Insurance

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Conceived & Produced by Station

Confections/Snacks

Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
Cosmetics/Toiletries

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티비티

Direction: 스크립트 처리와 아이디어의 전체적인 완성도를 판단한다. 여기에는 캐스팅의 독창성, 인상적인 배우의 연기, 내면적인 그림을 형상화시켜나가는 능력, 톤과 속도 등이 포함됨

Education

Electronics/Tech Equipment

Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함

Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은 포함되지 않음

Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Furnishings/Appliances

Household Products

Humour

Innovation Use of Radio & Audio: 반드시 Video Case Study 형태로 제출

Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함

Original Music

Performance/Casting

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Public Service/NGO/Charities: 금상수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐

Recreation

Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨

Scriptwriting: 실제 스크립트 포함시킬 것

Sound Design

Travel

Use of Music

Utilities

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Categories: 출품작당 2~6 작품

Campaign

Public Service/NGO/Charities Campaign

Social Media & Influencers 부문

- 광고대행사나 개인들이 만든 아이디어들은 소셜미디어 플랫폼을 통해 전해지고 다른 주류나 소셜 미디어의 기존 리치나 셀러버티와 함께 개인의 소셜 자본에 영향을 미친다. 심사를 위해 출품작에 참여활동이 포함되어야 한다.
- 제출양식: URL, MOV, MP4. 실물 제출 하지 말 것
- 심사할 때 Digital assets 요구되면 URL을 제출할 것

Product / Service Categories

Automotive

Banking/Financial

Beauty 화장품, 세면용품, 개인용품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.

DIY 집수리나 기술도 포함

Fashion & Accessories

Gaming & Technology

Healthcare

Leisure 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 스포츠 등 포함

Lifestyle

Media

PSA: 자선, 정당, 교육기관, 소비자단체, NGO 등 포함. 금상 수상작만이 the Public Service / Social Awareness Grand LIA를 받을 자격을 가짐

Travel 여행, 관광, 교통 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Creative Technique Categories

Cinematography

Copywriting

Creative Direction

Direction

Editing

Graphic Design

Original Music - Lyrics

Original Music - Score

Production Design

Sound Design

Tagline/Endline 태그라인/앤드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로 사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글캠페인이나 다목적 용도로 사용됨,

Tone of Voice: 문어나 구어 커뮤니케이션에 있어 제품이나 브랜드를 위한 특이하고 적절한 보이스의 개발. 브랜드의 향기라고도 표현할 수 있다. 만약 브랜드를 친구라고 부른다면, 당신은 누구와 얘기하는 것인지 알 수 있음

Visual Effects

Use of Social Media Categories

Innovative Use of Social

Live Stream

Social Media Page 브랜드나 개인을 보여주는 전반적인 미디어

Social Media 브랜드나 개인을 보여주기 위한 싱글 소셜 미디어

Unboxing

Use of Facebook

Use of Instagram

Use of Snapchat

Use of TikTok

Use of Twitter

Use of YouTube

Vlog

Transformative Business Impact 부문

- 오늘날 크리에이티비티는 단순히 캠페인에서만 살아있는 것이 아니라 그들의 기능, 서비스, 제품, 내부 경험과 고객 경험 등을 포함한 비즈니스의 변화를 지속시켜주는 영향력있는 역할을 하고 있다. 이 부문의 심사는 고객을 위한 솔루션을 프로모션하기 위한 역할 뿐만 아니라 솔루션 그 자체로도 평가된다
- 심사기준:
 - Problem Definition: 10%
 - Key Insight: 15%
 - Creative Solution: 50%
 - Business Impact: 25%
- 제출양식: 케이스 스터디 형식으로 MOV, MP4. JPEGs로도 업로드할 수 있음
- 1,000단어 이내의 서면 요약서 첨부해야 함

COMMERCIAL TRANSFORMATION

- Creative Operational Transformation: 사업운영에 영향을 준 크리에이티브 아이디어
- Customer Experience: 사업과 고객 경험에 영향을 준 크리에이티브 아이디어
- New Technology: 사업기능 변화를 위한 새로운 기술의 어플리케이션
 - The application of new technology to transform a business function
- Product Design: 사업 모델이나 향후 나아갈 방향에 영향을 준 혁신적인 제품 디자인
- Purpose: 어떤 사업의 영업실적을 향상시키는데 목적을 둔 어플리케이션
- Specific Sector Innovations: 특정 분야(재정, 서비스 등)를 위한 혁신
- Sustainability: 유엔지속가능발전목표를 지원하기 위한 지속적인 사업 혁신

COMMUNITY AND GOVERNMENT TRANSFORMATION

- Creative Policy: 문화나 행동의 변화를 이끌어낼 수 있는 혁신적인 정책
- Government and Citizen Experience: 정부나 시민의 경험을 변화시킨 아이디어
- Government and Community Design: 새로운 사회나 정부 서비스를 위한 디자인
- Government Operations: 정부 운영에 영향을 준 크리에이티브 아이디어
- Innovative Community Experience: 사람들이 어떤 이슈에 참여하는 방법의 창의적인 고용 변화를 통한 전시나 경험
- Sustainable Government and Communityengagement change

TV/Cinema 부문

- TV나 극장(cinema) 상영을 목적으로 만들어진 커머셜 필름
- 제출 파일 양식: MOV, MP4. 실물 제출 하지 말 것
- 캠페인 출품작:
 - 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드
 - 비영어권 출품작은 영어로 자막이나 더빙을 한 출품작만 접수

Single Categories

- Apparel
- Automotive
- Banking/Financial/Insurance
- Best Use of Real Time Advertising
- Beverages - Alcoholic
- Beverages - Non-Alcoholic
- Branded Content
- Bumper Ads: 브랜드의 도달과 빈도를 높이기 위한 6초 비디오 형태 아이디어
- Business-to-Business
- Confections/Snacks
- Copywriting
- Corporate Image/Social Awareness: 브랜드를 첨부해야 하며 Self-Promotion 포함됨
- Cosmetics/Toiletries
- Creative Use of Data: 창조적인 완성물에 가장 혁신적으로 데이터를 사용/수용한 작품. 데이터 스토리텔링, 소셜 미디어 데이터, 리얼타임 데이터, 데이터 가시화 등.
- Creativity in Commerce: 선호, 거래, 결제, 구입하도록 하는 크리에이티비티
- Education
- Electronics/Tech Equipment
- Entertainment: 공연장, 동물원, 박물관, 영화관, 방송 프로그램, 복권, 뮤직페스티벌, 스포츠 포함
- Foods 아웃렛에서 판매되는 소매제품은포함되지 않음
- Health Care Services: 병원, 클리닉, 양로원 포함
- Home Furnishings/Appliances
- Household Products

Humor

Idents

Innovative Use of Online Film: Video Case Study로 출품할 것

Media Promotion: 스트리밍 서비스, 잡지, 신문, Radio/TV방송국 포함

Movie Trailers

Personal Items/Gift Items

Pet Products

Pharmaceuticals

Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service/Social Awareness

Grand LIA를 수상할 자격을 가짐

Recreation

Retail: 온라인이나 재래식 소매점도 포함됨

Social Media

Tagline/Endline: 태그라인/앤드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로 사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글แคม페인이나 다목적 용도로 사용됨,

Title Sequences

Tone of Voice: 문어나 구어 커뮤니케이션에 있어 제품이나 브랜드를 위한 특이하고 적절한 보이어나 캐릭터의 성격을 개발.

Travel

Utilities

Zeitgeist(시대정신): 특정시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Categories (2-5작품)

Bumper Ad Series : 하나의 프로그램에서 방영된 6초 비디오 시리즈

Campaign

Ident Campaign

Public Service/NGO/Charities: 금상 수상작만이 the Public Service/Social Awareness

Grand LIA를 수상할 자격을 가짐