

2022 뉴욕페스티벌 국제광고상 한글 출품요강

1. 출품그룹/모든 출품그룹 출품작은 싱글, 캠페인에 출품할 수 있음

출품그룹 (Categories Group)	서브카테고리
ACTIVATION & ENGAGEMENT	31
AUDIO/RADIO	28
AVANT-GARDE/INNOVATIVE	13
BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT	47
COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS	22
DESIGN	30
DIGITAL/MOBILE	36
DIRECT	32
FILM	25
FILM CRAFT	16
FINANCIAL	41
OUTDOOR	36
PACKAGE & PRODUCT DESIGN	28
PRINT	28
PUBLIC RELATIONS	31
PURPOSE (前 POSITIVE WORLD IMPACT)	12
PUSHING CULTURE (前 BRAVE WORK / BRAVE CLIENT)	1
SMALL AGENCY (2022 신설)	28
SOCIAL MEDIA & INFLUENCER	19
SPORTS	22
START-UP (2022 신설)	28
STUDENT	33
THE 3D DE&I WORK OF THE YEAR AWARD (2022 신설)	1
THE FUTURE NOW (2022 신설)	5
THE G100 INSPIRATION AWARD (2022 신설)	1
THE NEW YORK CITY AWARD	1

2. 출품사이트:

<https://www.nyfadvertising.com/Account/Login?ReturnUrl=%2FEntries%2FBaseInfo>

3. 출품대상작품

- ① 2021년 1월 1일-2022년 5월 6일 사이 광고주 허락을 받아 방영/노출된 작품.
- ② NGO출품작은 2022년 신설된 THE G100 AWARD 그룹으로 출품해야 함
- ③ 뉴욕페스티벌은 심사위원에게 출품작이 원래 출품한 카테고리가 적합하지 않다고 판단될 경우 출품그룹/카테고리를 옮길 수 있는 권한을 부여함. 심사위원은 다른 카테고리로 옮겨진 작품은 원래 그 작품이 수상하기로 되어있던 것보다 높은 상을 받는 것에 동의함
- ④ SCAM ADS
 - ⓐ 뉴욕페스티벌은 "Scam Ads"(집행되지 않았거나 100% 광고주의 허락을 받지 않고 집행된 광고)의 출품을 금지한 첫 번째 광고상임.
 - ⓑ 뉴욕페스티벌의 SCAMGUARD 시스템은, 심사위원들이 Scam Ad로 의심되는 작품에 대해 익명으로 Flag를 달고 의견을 제출하도록 되어 있음.
 - ⓒ NYF에서는 Flag가 달린 모든 작품에 대한 사실조사를 실시함; 조사에서 Scam Ad로 판명될 경우, 부적격작품으로 판정되며 출품사와 Credit 명단에 올려져 있는 모든 사람들은 향후 3년간 뉴욕페스티벌에 출품할 수 없음

4. 출품작 구분

- ① Single: 1개의 출품작. 추가로 비디오나 케이스 보드 등과 같은 보충자료를 하나 더 제출할 수 있으나, 이것은 출품작이 아닌 보충자료로 간주됨.
- ② Single Plus: 1개의 출품작. 추가로 케이스 비디오나 케이스 보드 등과 같은 보충자료를 4개 더 제출할 수 있으나, 이것은 출품작이 아닌 보충자료로 간주됨. 여러 출품작은 캠페인으로 출품해야 함
- ③ Campaign: 2~5개 작품이나 캠페인을 일부로 사용된 실행물. 추가로 하나의 보충자료(케이스 비디오나 케이스 보드 등)를 제출할 수 있음

5. 출품 및 환불

- ① 출품료 (단위: US\$)

구분	Single	Single PLUS	Campaign
조기할인: ~ 2022년 1월 31일(월)	\$500	\$600	\$1,200
일반출품: ~ 2022년 4월 1일(금)	\$600	\$700	\$1,300
최종마감: ~ 2022년 4월 22일(금)	\$650	\$750	\$1,400
학생마감: ~ 2022년 4월 22일(금)	\$100		

- ② 출품료 결제 관련:

- ⓐ 결제화폐: 미국달러(US Dollar)
- ⓑ 결제방법: 은행송금, 신용카드
- ⓒ 신용카드 수수료: 총액에 Visa/Master Card 3%, American Express 3.2%가 부과됨

- ④ 우편료, 관세, 보험 및 은행송금 및 환전수수료는 출품자 부담
- ③ 출품료 환불 규정
 - ① 출품료 결제 후 14일 이내에 요청할 경우에 한해 환불됨. 이 경우에도 작품당 \$100씩 관리비용(administrative costs)이 부과됨
 - ② NYF의 심사시스템에 출품작이 올려져 있거나 심사가 진행 중일 중에는 로딩되어 있을 경우에는 출품료 결제 후 14일 이내에 환불을 요청하더라도 환불되지 않음. 이 경우 심사를 원치 않을 경우, NYF에서는 심사를 하지 않게 막을 수는 있으나 이것은 출품자의 선택사항임

6. 출품대행

- ① 대행수수료: 작품당 150,000원
- ② 영상파일 변환 제작비

구분	내역	금액(원)
영상파일변환제작비 (30초 작품 기준, 시놉시스 최대 100단어 기준)	번역료 (시놉시스 포함)	200,000
	자막삽입	150,000
	파일제작	150,000

- ③ 문의: 배석봉 뉴욕페스티벌한국대표, Tel: 02-2144-0741~2, baeseogbong@gmail.com

7. 출품작 준비 지침

- ① 모든 출품사는 출품 그룹을 숙독후 자료를 제출할 것
- ② 출품 사이트에 올려져 있는 작품이 6주 이상 아무런 활동이 없으면, 출품을 하지 않은 것으로 간주되어 자동으로 삭제될 수 있음

가. 출품작 원고 작성 방법

- ① 모든 수상작은 출품시 제출한 그대로 웹사이트에 소개되기 때문에, 수상작품명, 출품사, 브랜드명 등을 정확한 철자와 대소문자로 표기할 것

나. 출품요약서 Jury Brief Requirement

- ① 모든 출품작은 심사위원의 작품 평가에 도움을 줄 수 있는 Jury Brief를 제출해야 함.
- ② 귀사 출품작이 이 카테고리에서 왜 상을 받아야 하는지와 그 이유를 설명할 수 있는 관련자료를 첨부하여 심사위원에게 설명할 것.
- ③ Public Relations, Small Budget/Big Idea, Pushing Culture, Innovative 등 어떤 그룹은 특별한 정보를 요청할 수 있으니 그룹별 요강을 참조할 것

다. 번역

- ① 한글 작품작은 온라인 출품 사이트에서 자세한 영문 시놉시스나 번역문을 제출해야 함
- ② Film: 가능하면 쉽고 잘 읽히는 서체의 자막을 삽입하여 제출. 예, 검정바탕에 백자.
- ③ Audio: 영어가 아닐 경우에는, 심사위원들이 출품작을 이해할 수 있도록 완벽한 영문 스크립트를 제출할 것. 출품요강의 번역공간에 스크립트 텍스트를 포함시킬 것

- ④ Website: 관련된 메뉴 섹션, 헤드라인, 텍스트 등을 번역해서 제출

8. 기술적 기준

1. UPLOAD OPTIONS:

- ① 출품 절차 2단계에서 파일을 업로드
- ② 체크아웃 후, 'My Account' 페이지의 Upload Piece link에서 업로드
- ③ Case Study Videos: 3분을 넘기지 말 것.

2. 미디어별 제출 양식

가. MP3:

- ① MPEG-2 Audio Layer III, stereo or mono, 44.1 kHz, 16 bit sampling, minimum sample rate: 160 kbps.

나. JPG/JPEG:

- ① 300 dpi resolution in RGB color, 2000x3400 pixels
- ② CMYK로는 받지 않음

라. MOV AND MP4:

- ① H.264 compression, 10-bit video sources are preferred (Select "Enable Streaming" or "Fast Start")
- ② Audio: MPEG 4/AAC Main Profile compressor with 48 kHz 16 bit sampling. (160 KBPS minimum, 256 KBPS recommended)
- ③ ProRes 파일은 받지 않음

마. WEBSITE URL:

- ① 웹사이트뿐만 아니라 크리에이티브 내용들을 지원해 주는 자료의 웹페이지도 제출할 수 있음
- ② 모든 링크주소는 2022년 7월까지 활성화되어야 하며, 패스워드나 로그인 없이 바로 출품작으로 연결될 수 있도록 할 것
- ③ 공정하고 편견없는 심사를 위해 웹사이트에 광고회사 이름을 넣지 말 것
- ④ Youtube, Vimeo, Soundcloud, 기타 스트리밍 사이트를 통해 출품할 경우, 파일을 다운받을 수 있도록 할 것. 만약 그런 옵션이 없으면, 귀사 출품작이 파이널리스트 이상에 선정되면, 시사용으로 사용할 수 있도록 오디오나 비디오 파일을 제출해야 함

9. 수상작 발표

- ① Shortlist: 선정되면 이메일로 통보되며, 소셜미디어에서 사용할 수 있는 이미지를 받게됨.
- ② Finalists: 선정되면 이메일을 통해 수상내용을 통보받으며, NYF 웹사이트, 이메일, 소셜미디어 플랫폼과 광고산업의 최고 업계지 등에 보도자료로 배포됨
- ② Best of Show, Grand Award, Gold, Silver, Bronze, Signal, Brave Work/Brave Client,

Industry Awards은 Executive Jury에서 결정됨

③ 상의 순위

BEST OF SHOW

GRAND AWARD

GOLD

SILVER

BRONZE

FINALIST

SHORTLIST

10. INDUSTRY & SPECIAL AWARDS

HOLDING COMPANY OF THE YEAR: 모든 미디어에서 네트워크사 및 광고회사들이 수상한 점수를 통합해서 제일 높은 홀딩컴퍼니에게 주어지는 상

GLOBAL BRAND OF THE YEAR: 효과적인 커뮤니케이션보다는 혁신적이고 크리에이티브한 마케팅으로 전 제품 그룹과 카테고리에서 최고의 점수를 받은 브랜드에게 주어지는 상.

GLOBAL AGENCY NETWORK OF THE YEAR: 전체 제품 그룹과 카테고리에서 최다득점을 얻은 advertising agency network이 수상. 네트워크 회사는, 네트워크에서 100% 혹은 지배를 하고 있는 회사이거나 이름이나 브랜딩을 사용하여 네트워크로 연결된 회사임

REGIONAL AGENCY OF THE YEAR: 북아메리카, 남아메리카, 중동/아프리카, 유럽, 아시아/태평양 5개 지역으로 구분, 각 지역에서 전체 제품 그룹과 카테고리에서 최고의 점수를 받은 advertising agency가 수상.

BOUTIQUE AGENCY OF THE YEAR: 네트워크 agency에 속하지 않고, 직원수 50명 미만의 회사 중에서 시장에 강한 임팩트를 주는 광고를 만든 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 제품작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파이널리스트는 해당되지 않음. 싱글과 캠페인 제품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경우, 이 상은 시상하지 않음

IN-HOUSE AGENCY OF THE YEAR: 모든 그룹의 카테고리에 출품된 수상작의 합이 가장 높은 In-House Agency에 수여됨. 광고대행사는 출품할 때 In-House Agency of The Year during을 체크해야만 수상할 자격을 가짐. 이 상을 수상하기 위해서는 최소 3개의 개별적인 캠페인에서 3개 이상의 상을 수상해야 함. 가장 높은 점수를 받은 광고대행사에 이 상이 주어짐

BEST NEW AGENCY OF THE YEAR: 창업 3년 미만 광고회사 중에서 국제적으로 뛰어난 크리에이티브 능력을 보이고 있는 회사 중 최고 득점을 한 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 제품작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파이널리스트는 해당되지 않음. 싱글과 캠페인 제품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경우, 이 상은 시상하지 않음

INDEPENDENT AGENCY OF THE YEAR: 출품주체(해당 광고회사에서 출품했던 다른 관계회

사들이 출품했다)와 상관없이 전체 제품 그룹과 카테고리에서 가장 높은 점수를 받은 네트워크에 속하지 않은 독립광고회사(Independent Agency)에게 수여. 동일하거나 다른 제품작으로 최소 3개의 다른 상을 받은 광고회사 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사에게 수여됨.

FILM PRODUCTION COMPANY OF THE YEAR: 출품주체(프로덕션, 대행사, 혹은 관련회사 등)와 상관없이 모든 경쟁 그룹에서 가장 높은 점수를 획득한 제작사에게 수여됨. 출품자들은 제작사들이 수상할 수 있도록 크레딧에 제작사를 반드시 포함시켜주기 바랍니다.

BEST OF SHOW: Executive Jury들이 금상 수상작 중에서 특별한 대접을 받을 만한 크리에이티브티와 이노베이션을 가진 한 작품에게 수여

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF PUBLIC INFORMATION (UNDP) AWARD

- ① 뉴욕페스티벌과 유엔공보국(United Nations Department of Public Information)은 1990년부터 평화와 안전, 여권신장, 사회개발, HIV/AIDS 포함한 건강, 인권, 범죄와 폭력, 문맹퇴치, 지속적인 개발, 빈곤 퇴치 등을 위해 Public Service를 시상하고 있음.
- ② Public Service 출품작 중 Finalist 이상 수상작은 추가비용없이 응모 자격을 자동으로 갖게 되며, 수상작은 UN에서 선정

11. CREDITS

- ① 작품과 관련된 모든 사람(클라이언트, 광고회사, 브랜드 매니저, 제작팀 등 관련된 모든 사람)들의 이름과 직책은 트로피 안에 내장될 뿐만 아니라 뉴욕페스티벌 웹사이트에서도 확인할 수 있음.
- ② 크레딧 정보는 출품할 때 제출해야 함. 출품사는 출품작이 쇼트리스트 이상에 선정되면 크레딧을 확인하고 주장할 수 있음
- ③ 출품마감 후 크레딧을 수정하면 \$50이 부과됨

12. 전시 및 저작권

- ① 만약 귀사 출품작이 전시, 웹사이트, 플랫폼 등에 노출되는 것을 원치 않으면, 출품할 때 No로 체크하고 이메일을 보낼 것
John Ottinger: John.Ottinger@NewYorkFestivals.com
- ② 모든 출품작은 International Awards Group, LLC 및 자매광고제인 AME Awards®, Midas Awards®, Global Awards® 및 New York Festivals® (이후 NYF로 표기)에서 교육기관이나 관련단체, 광고전문가, 일반대중 등에 대한 지원을 위해 프레젠테이션할 수 있는 자산으로 귀속되며 반납되지 않음.
- ③ 특히 출품자는 NYF의 스폰서를 받은 전세계에서 행해지는 유료 및 무료 시사회 또는 공익 혹은 개별 프리젠테이션에 대해 NYF나 NYF대표들이 행하는 어떤 적법한 행위에 대해 로알티를 받지 않음을 허락함
- ④ 출품자는 NYF에서 출품작에 있는 트레이드마크, 캐릭터나 동물 애니메이션, 판촉용 아이템 등을 사용하는 것을 허락함. NYF는 전 세계에서 NYF 수상작들을 상영하기 위한 TV, 라디

오, 인터넷 프레젠테이션, 텔레비전, 방송, 비디오 테이프, 인터넷, DVD, 전시, 연감 등에 출품자나 출품자 광고주에게 별도의 대가없이 출품작이나 라이선스가 있는 출품작을 사용할 수 있음

- ⑤ 출품자는 출품작에 사용된 모든 음악에 대해 필요한 라이선스를 갖고 있거나 보호해 주어야 함. 출품자는, 계열사, 수탁자, 면허권자가 여기에서 얻은 지적 재산이나 출품작의 콘텐츠에서 얻을 수 있는 결과물이나, 계열사, 수탁자, 면허권자가 NYF에 대해 어떠한 제3자의 권리나 출품작의 노출에 대한 청구권이나 재능권을 요구하는 것에 대해 NYF를 완전하게 방어, 보호, 지지해 주어야 한다. 출품을 한 사람 또는 출품에 서명한 그/그녀는 여기에 기재된 모든 권리에 대해 완전한 권한을 갖고 있음에 동의하였음

13. 출품작 처분

- ① 모든 출품작과 제출된 자료는 반납되지 않음.
- ② 뉴욕페스티벌에서 출품작과 자료들을 교육 또는 프로모션을 위해 전시, 시사, 복사, 출판, 복제할 수 있는 권한을 가짐
- ③ 출품자는 출품함으로써 International Awards Group, LLC에서 ②의 목적으로 행해지는 행위에 대해 출품사나 관련회사들이 어떠한 비용이나 경비를 요구할 수 없음에 동의하였음.

2022 그룹 및 카테고리

ACTIVATION & ENGAGEMENT 그룹

- ① 타킷 오디언스와 직접적인 상호관계를 이룩한 작품. 작품은 상상력의 제한적인 표현임.
- ② 이벤트, 영상, 플래시 몹, 야외 조각물 등도 포함됨.
- ③ 소극적인(passive) 작품의 출품은 권하지 않음. 이 그룹 출품작은 전략적 오디언스에게 광고물을 단순히 보여주지만 하게 하는 것이 아닌 브랜드 자체를 느끼게 해줘야 함.
- ④ 출품작은 오디언스의 감정이나 행동 또는 상호작용을 끌어내거나 독창적이거나, 독특하거나 혹은 멋진 시나리오 뿐만 아니라 소비자들의 활동이나 참여의 결과를 성공적이거나 측정가능한 아이디어로 보여주어야 함

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	25%
• Execution	25%
• Audience Experience	10%

카테고리

BEST USE

- AE01 AMBIENT (기존과는 다르거나 새로운 아이템이나 장소)
- AE02 BROADCAST (TV, 영화, 디지털 동영상 이미지 또는 오디오 광고물)
- AE03 COMMUNITY BUILDING (브랜드뿐만 아니라 협업을 통해 관계를 향상시키거나 고객을 사로잡거나 공동체意識의 강화를 통해 새로운 가치를 만들어내는 것. 사용자 제작 콘

텐츠 포함)

- AE04 COMPETITIONS & PROMOTIONAL GAMES (경쟁, 내기도박, 복권)
- AE05 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- AE06 EVENTS & STUNTS (PR활동, 팝업이벤트, 게릴라마케팅)
- AE07 EXHIBITIONS & INSTALLATIONS (전시회, 예술품 설치)
- AE08 IN-STORE EXPERIENCE (디스플레이, 데몬스트레이션)
- AE09 LIVE SHOWS/CONCERTS/FESTIVALS (라이브쇼, 콘서트, 페스티벌)
- AE10 MOBILE (태블릿, 전화기, 앱 등과 같은 모바일 기기나 플랫폼)
- AE11 PRINT/OUTDOOR (Print나 Outdoor/Out-of-Home 미디어 사용)
- AE12 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- AE13 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- AE14 SOCIAL MEDIA (페이스북, 트위터, 인스타그램과 같은 소셜미디어 사용)
- AE15 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (Activation & Engagement 요소들이 포함되어 있는 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원)
- AE16 TECHNOLOGY (Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용)
- AE17 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- AE18 VR/AR (가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것)

PRODUCTS & SERVICES BEST USE

- AE19 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. (대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- AE20 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- AE21 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- AE22 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- AE23 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- AE24 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- AE25 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)
- AE26 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리

고리로 출품하지말 것)

AE27 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)

AE28 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래 관련)

AE29 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)

AE30 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: CHARITY/NON-PROFIT (자선이나 비영리단체를 위한 Activation & Engagement 요소들이 포함되어 있는 공공서비스나 교육)

AE31 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)

AUDIO/RADIO 그룹

① 시청자들의 상상을 시각화하거나 사운드 파워를 사용하거나 메시지를 시각화시킨 작품

② 라디오광고, 팟캐스트, 스트리밍 또는 다운로드할 수 있는 오디오를 포함한 모든 작품

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

AU01 :60 AND UNDER (60초까지)

AU02 OVER :60 (60초이상)

AU03 PODCASTS (Podcast 광고나 Podcast에서 집행된 광고)

AU04 STREAMING (Streaming 독자를 위한 광고)

AU05 RADIO (라디오독자를 위한 광고)

AU06 BEST USE OF MEDIUM (브랜드 메시지를 전달하기 위해 Audio/Radio 활용한 독창적이고 혁신적으로 작품)

AU07 INTEGRATED CAMPAIGN (Audio/Radio 요인들 중심으로 3개 이상의 다른 미디어 형태를 사용한 캠페인만 출품할 수 있음)

AU08 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (브랜드나 영리기업들이 후원하는 사회개선을 위한 공공서비스나 공공교육)

AU09 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)

AU10 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)

CRAFT

AU11 ACTING/VOICEOVER

AU12 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)

AU13 MUSIC/SOUND DESIGN

AU14 SCRIPT/COPYWRITING

AU15 SOUND / AUDIO MIXING

AU16 AUTOMOTIVE (자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)

PRODUCTS & SERVICES

AU17 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)

AU18 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)

AU19 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)

AU20 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)

AU21 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)

AU22 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품)

AU23 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 고리로 출품하지말 것)

AU24 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)

AU25 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)

AU26 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)

AU27 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)

AU28 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

AVANT-GARDE/INNOVATIVE 그룹

- ① 독특하고 새롭고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 크리에이티브 방법으로 제작된 광고물
- ② 새로운 기준을 만들거나 기존의 틀에 도전하거나 많은 찬사를 자아내게 하는 작품들
- ③ 보충자료와 함께 시놉시스에 왜 이 카테고리에서 상을 받을 가치가 있는지를 기술할 것
- ④ 심사위원들은 Idea/Concept을 평가할 때 크리에이티브 아이디어와 함께 작품을 구성하는 뛰어난 구성요소들에 무게를 둬

심사기준:

• Idea/Concept	75%
• Execution	25%

카테고리

AVANT-GARDE/INNOVATIVE

AG01 AUDIENCE CONNECTION (대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법으로 소비자와 연결)

- AG02 CREATIVE USE OF MEDIUM (Audio/Radio, Film, Outdoor, Print 등을 포함 대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법으로 매체 활용)
- AG03 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉을 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부로서 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- AG04 DIGITAL TRANSFORMATIONS (새로운 상행위를 바꾸거나 만들기 위해 대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법으로 Digital/Mobile 활용)
- AG05 LIVE EXPERIENCE (체험을 통해 브랜드와 소비자 연결)
- AG06 PACKAGE DESIGN (대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법의 패키지 디자인)
- AG07 PRODUCT INNOVATION (대단히 크리에이티브하거나 창의적이거나 혁신적이거나 독창적이거나 새로운 제품)
- AG08 SOCIAL MEDIA (대단히 크리에이티브, 창의적, 혁신적, 독창적인 소셜 미디어)
- AG09 USE OF DATA (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- AG10 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND
- AG11 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: CHARITY/NON-PROFIT
- AG12 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- AG13 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)

BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT 그룹

- ① 소비자들과 소통하는 방법으로 오락/콘텐츠가 포함된 브랜드 메시지를 끊임없이 조화시키고 있는 작품
- ② 즐거움이나 정보를 주는 방법은 적극적이거나 직접적인 판매가 아닌 브랜드 마케팅이나 전략이나 가치를 소비자와 감성적인 연결고리를 이용하는 작품

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

- BE01 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부로서 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- BE02 GAMING (게임광고)

- BE03 INNOVATION (매체를 이끌어갈 수 있는 대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 작품. 시놉시스에 이 작품이 독창적인 이유를 설명해야 함)
- BE04 LIVE ENTERTAINMENT (청중들 앞에서 펼쳐진 Branded entertainment/content)
- BE05 REAL-TIME RESPONSE (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부로서 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- BE06 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 성과. 시놉시스에 예산과 왜 이 상을 받아야 하는지를 반드시 포함시킬 것)
- BE07 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- BE08 SPONSORSHIP INTEGRATION (오디언스와 감정적인 공감을 만들어주는 스폰서와 콘텐츠의 결합)
- BE09 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- BE10 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)
- BE11 VR/AR (가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것)

CRAFT

- BE12 ACTING (하나 이상의 뛰어난 업적. Acting이나 Casting으로 출품해야 하며 같이 출품할 수는 없음)
- BE13 ANIMATION (모든 형태의 애니메이션. 애니메이션과 인티그레이션이 믹스된 라이브 영상도 가능)
- BE14 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
- BE15 BEST ORIGINAL MUSIC (브랜드나 작품에 사용된 Original Music 평가)
- BE16 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- BE17 BEST USE OF MUSIC (작품에 사용된 라스센스 혹은 편곡된 음악 평가)
- BE18 CASTING (작품을 완성하는데 있어서의 캐스팅의 역할. Acting이나 Casting으로 출품해야 하며 같이 출품할 수는 없음)
- BE19 CINEMATOGRAPHY (비디오나 필름과 같은 동영상에서의 Direction of Photography의 우수한 예술성)
- BE20 DIRECTION (비디오나 필름과 같은 동영상에서의 Direction의 우수한 예술성)
- BE21 EDITING (포스터프로덕션의 편집/재단의 스타일과 솜씨 평가)

- BE22 OTHER (심사를 위한 craft 요인을 반드시 명기할 것)
- BE23 PRODUCTION ACCOMPLISHMENT (작품을 완성하기 위해 함께 일한 모든 기술적 요인의 뛰어난 결과)
- BE24 SCRIPT/COPYWRITING
- BE25 SOUND DESIGN/USE OF SOUND (작품에 사용된 사운드 디자인, 오디오 믹싱 또는 사운드의 사용 등을 평가)
- BE26 VISUAL EFFECTS (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 비주얼 효과)

DISCIPLINE

- BE27 AUDIO/RADIO
- BE28 DIGITAL/MOBILE/SOCIAL
- BE29 FILM - CINEMA/TV (영화나 텔레비전용으로 만든 필름이나 비디오)
- BE30 FILM - ONLINE (웹, 스트리밍 앱, 앱이나 기타 온라인용 매체용 필름이나 비디오)
- BE31 OUTDOOR (옥외 매체용)
- BE32 PRINT - DESIGN (전통적이거나 디지털 인쇄 매체용 디자인, 아트, 사진)
- BE33 PRINT - WRITTEN (오락을 위한 인쇄용 원고, 책, 기사, 이야기, 광고문안 등)

PRODUCTS & SERVICES

- BE34 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품)
- BE35 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- BE36 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- BE37 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- BE38 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- BE39 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- BE40 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- BE41 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)
- BE42 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것)
- BE43 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- BE44 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- BE45 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- BE46 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- BE47 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS 그룹

- ① 하나의 메시지를 전달하기 위해 2개 이상의 브랜드, 개인, 조직들이 협업한 작품
- ② 독특한 관계는 뛰어난 크리에이티브를 이끌어내고 새로운 소비자를 만들 수 있음.
- ③ 이러한 형태의 광고는 궁극적으로는 협력을 통해 그룹이나 개별 브랜드 모두에게 성과를 안겨줌

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

- CP01 CELEBRITY/INFLUENCER (타킷 오디언스를 끌어들이기 위해 유명인과 협업이나 파트너십을 맺은 작품)
 - CP02 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
 - CP03 INNOVATION (이 업종이 산업에서 기여할 수 있도록 대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법으로 사용. 출품작이 왜 크리에이티브한지를 시놉시스에 포함시킬 것)
 - CP04 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
 - CP05 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
 - CP06 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
 - CP07 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)
 - CP08 VIRAL (바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품)
 - CP09 AUTOMOTIVE (자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- PRODUCTS & SERVICES**
- CP10 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
 - CP11 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)

- CP12 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- CP13 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- CP14 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- CP15 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- CP16 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)
- CP17 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것)
- CP18 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- CP19 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- CP20 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- CP21 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- CP22 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

DESIGN 그룹

- ① 크리에이티브의 우수성을 통해 시각적 장인정신을 잘 보여주는 작품
- ② 예술은, 소비자의 시선을 잡고 브랜드 인지도를 만들기 위해 영감을 주고, 기쁘게 하고 호기심을 부추킴

심사기준:

• Execution	50%
• Idea/Concept	30%
• Brand Relevance	20%

카테고리

BRAND DESIGN

- DE01 BRAND DESIGN (새로운 브랜드나 제품의 출시나 재출시)
- DE02 BOOKS (인쇄물이나 디지털)
- DE03 CALENDARS (인쇄물이나 디지털)
- DE04 CORPORATE IDENTITY (애뉴얼리포트, 카다로그, 모집광고 등 포함)
- DE05 DIGITAL/MOBILE (디지털, 모바일, 웹사이트, 앱용으로 만들어진 작품)
- DE06 DIRECT MAIL MARKETING (소비자에게 직접 발송하기 위해 디자인된 물건)
- DE07 LOGOS & IDS (미디어 종류에 상관없이 로고나 아이디 디자인 포함)
- DE08 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않은 디자인. 이 카테고리에 출품을 하면 다른 Brand Design 카테고리에는 출품할 수 없음)
- DE09 PROMOTIONAL ITEMS (브랜드나 메시지를 프로모션하기 위해 제작된 실물 아이템)

- DE10 PUBLICATIONS: BUSINESS COMMUNICATIONS (브로슈어, 카다로그, 프레스 키트, 애뉴얼 리포트 & 정보)
- DE11 PUBLICATIONS: EDITORIAL (잡지, Cover Art, 신문)
- DE12 SELF-PROMOTION (간접적인 방법의 회사 판촉물)

CRAFT

- DE13 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
- DE14 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- DE15 COPYWRITING
- DE16 GRAPHIC DESIGN
- DE17 ILLUSTRATION
- DE18 OTHER (심사를 위한 craft 요인을 반드시 명기할 것)
- DE19 PHOTOGRAPHY
- DE20 TYPOGRAPHY

ENVIRONMENTAL/EXPERIENTIAL DESIGN

- DE21 BEST ENVIRONMENTAL/EXPERIENTIAL DESIGN (위의 카테고리에 맞지 않은 디자인. 이 카테고리 출품작은 Environmental /Experiential Design의 다른 카테고리에는 출품할 수 없음)
- DE22 eCOMMERCE (온라인 상업 사이트나 앱을 위한 디자인)
- DE23 EXHIBITIONS & LIVE EVENTS (브랜드나 브랜드 메시지를 홍보하기 위한 전시나 라이브 이벤트 디자인)
- DE24 HOSPITALITY & LEISURE (브랜드나 브랜드 메시지를 홍보하기 위한 관광이나 레저)
- DE25 PUBLIC SPACES (공공장소를 위한 공공장소 디자인)
- DE26 RETAIL STORES (임시적, 영구적 디자인 포함)

PRODUCTS & SERVICES

- DE27 LIMITED EDITION/ONE-OFF/SPECIALTY ITEMS (컨셉을 향상시키기 위한 한정판 디자인)
- DE28 PACKAGING
- DE29 POSTERS
- DE30 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)

DIGITAL/MOBILE 그룹

- ① 이 그룹 출품작은 웹사이트, 모바일 앱, 배너 애드, 리치 미디어 또는 기타 기술을 이용해 목표로 하는 독자에게 도달하는 작품
- ② 태블릿, 컴퓨터, 웨어러블 기술, 디지털 스크린, 모바일폰을 포함한 가능한 모든 플랫폼

심사기준: • Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE DIGITAL / MOBILE PLATFORMS

- DM01 360° VIDEO
- DM02 APPS (모바일이나 기타 디지털 플랫폼용)
- DM03 BANNERS & RICH MEDIA ADVERTISING (웹사이트나 마이크사이트용 기업 커뮤니케이션)
- DM04 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- DM05 DEVICES/WEARABLES (인터페이스나 네비게이션)
- DM06 DIGITAL TRANSFORMATIONS (비즈니스 관리 향상을 위한 디지털 플랫폼 사용)
- DM07 GAMES (모바일이나 기타 디지털 플랫폼용)
- DM08 INNOVATION: TECHNOLOGY (대단히 크리에이티브하고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 방법으로 기술을 사용. 시놉시스에 이 아이디어가 혁신적인지를 설명해야 함)
- DM09 INTERFACE & NAVIGATION(UX/UI)
- DM10 IN-LOCATION EXPERIENCES (물리적 위치의 고객을 위한 혁신적이고 재미있고 크리에이티브한 경험의 사용)
- DM11 OTHER (심사를 위한 craft 요인을 반드시 명기할 것)
- DM12 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- DM13 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- DM14 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)
- DM15 VIRAL (바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품)
- DM16 VOICE ACTIVATION Work (음성 활성화 기술 사용)
- DM17 VR/AR (가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것)
- CRAFT**
- DM18 ANIMATION
- DM19 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art

Direction이나 Design)

- DM20 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- DM21 COPYWRITING
- DM22 GRAPHIC DESIGN
- DM23 ILLUSTRATION
- DM24 INTERFACE & NAVIGATION (UX/UI)
- DM25 MOTION GRAPHICS
- DM26 MUSIC / SOUND DESIGN
- DM27 OTHER (시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것)
- DM28 PHOTOGRAPHY
- MOBILE PLATFORMS**
- DM29 CORPORATE COMMUNICATIONS (모바일 플랫폼용 기업 커뮤니케이션)
- DM30 eCOMMERCE/mCOMMERCE (모바일 플랫폼용 이커머서)
- DM31 GAMES (모바일 플랫폼용 게임)
- DM32 MEDIA/ENTERTAINMENT (모바일 플랫폼용 Media/Entertainment 광고)
- DM33 POLITICS & GOVERNMENT (모바일 플랫폼용 정치, 정부 광고)
- DM34 PRODUCTS & SERVICES (모바일 플랫폼용 제품이나 서비스광고)
- DM35 SOCIAL MEDIA (모바일 플랫폼용 소셜미디어를 통해 집행된 광고)
- DM36 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)

DIRECT 그룹

- ① 1:1 커뮤니케이션/관계를 만들어 타깃 오디언스와 브랜드의 직접적으로 소구하는 작품
- ② 좋은 작품은 브랜드 이미지를 형성하고 알리는데 많은 도움을 줌. 이것은 소비자들이 갖고 싶게 만들 뿐만 아니라 마음 깊이 새겨지기 위한 노력임

심사기준: • Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

- DC01 AMBIENT (기존과는 다르거나 새로운 아이템이나 PPL)
- DC02 LAUNCH (신제품의 직접적이거나 협업으로의 소개)
- DC03 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- DC04 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)

- DC05 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- DC06 TARGETED MAILING/PROGRAMMATIC MAILING (자동화된 시스템을 통해 목표로 하는 오디언스와 직접 연결시키는 광고)
- DC07 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)
- DC08 USE OF BROADCAST/STREAMING (미디어를 이용한 방송이나 스트림을 통해 목표로 하는 오디언스와 직접 연결시키는 광고)
- DC09 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- DC10 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)

CRAFT

- DC11 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
- DC13 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- DC14 COPYWRITING
- DC15 GRAPHIC DESIGN
- DC16 ILLUSTRATION
- DC17 OTHER (시놉시스에 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것)
- DC18 PHOTOGRAPHY
- DC19 TYPOGRAPHY

PRODUCTS & SERVICES

- DC20 AUTOMOTIVE (자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- DC21 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- DC22 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- DC23 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- DC24 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- DC25 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- DC26 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- DC27 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)

- DC28 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것)
- DC29 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- DC30 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- DC31 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- DC32 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

FILM 그룹

- ① 무빙 이미지 광고 - 미디어(텔레비전, 영화, 온라인, 모바일, 옥외, 기타) 종류에 상관없이 뛰어난 스토리텔링을 보여줘야 함

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

PRODUCTS & SERVICES

- FI01 360° VIDEO
- FI02 INTEGRATED CAMPAIGN (필름이 메인인 되는 3개이상의 다른 미디어를 사용)
- FI03 INTERACTIVE (인터랙티브용 필름)
- FI04 MADE FOR ONLINE (통상 콘텐츠가 긴 온라인용. 이 카테고리에 출품할 경우 FI05, FI06에는 출품하지 못함)
- FI05 MADE FOR SOCIAL MEDIA (통상 콘텐츠가 짧은 소셜미디어용. 이 카테고리에 출품할 경우 FI04, FI06에는 출품하지 못함)
- FI06 MADE FOR TV & CINEMA (TV & cinema용으로 제작된 필름이나 영상물. 이 카테고리에 출품할 경우 FI04, FI05에는 출품하지 못함)
- FI07 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- FI08 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- FI09 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- FI10 UNDER :10 SECONDS
- FI11 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- FI12 VIRAL (바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품)

- FI13 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- FI14 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- FI15 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- FI16 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- FI17 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- FI18 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- FI19 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품)
- FI20 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)
- FI21 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- FI22 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래 관련)
- FI23 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- FI24 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- FI25 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)BEST USE

FILM CRAFT 그룹

① 뛰어난 연출이 없으면 위대한 광고를 만들 수 없다. 이 그룹은 서로 다른 무빙 부분들을 조율하고 위대한 광고를 만드는데 기여해온 무대 뒤에 숨어 있는 훌륭한 개인 기여자들에게 스포트라이트를 주기 위함이다

심사기준: • Execution 100%

카테고리

FILM CRAFT

- FC01 ACTING (ACTING이나 CASTING 한 카테고리만 출품. 양쪽에 같이 출품하지 말 것)
- FC02 ANIMATION
- FC03 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
- FC04 CASTING (ACTING이나 CASTING 한 카테고리만 출품. 양쪽에 같이 출품하지 말 것)
- FC05 BEST USE OF MUSIC
- FC06 BEST ORIGINAL MUSIC
- FC07 CINEMATOGRAPHY
- FC08 DIRECTION

- FC09 EDITING
- FC10 FINISHING: COLOR CORRECTION/GRADING
- FC11 INNOVATION
- FC12 PRODUCTION ACCOMPLISHMENT
- FC13 SCRIPT/COPYWRITING
- FC14 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- FC15 SOUND DESIGN/USE OF SOUND
- FC16 VISUAL EFFECTS

FINANCIAL 그룹

- ① 이 그룹은 획기적으로 소비자의 신뢰를 얻은 금융광고를 대상으로 함
- ② 이 그룹 광고주들은 소비자에게 금융이나 가장 민감한 소비자 데이터와 관련된 자신들의 브랜드가 믿을 수 있다고 확신시키기 보다는 제품의 가치를 소비자에게 교육시키는 것에 신뢰를 둬
- ③ 캠페인은 가장 높은 법적, 윤리적 기준을 갖고 있다고 설명하기 보다는 매혹적이거나 매혹적인 유용한 정보를 제공할 것
- ④ 이 그룹 수상작은 금융이나 마케팅광고를 사용한 모든 매체를 포함함.

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BUSINESS TO BUSINESS

- FN01 ACTIVATION & ENGAGEMENT
- FN02 ANNUAL REPORTS
- FN03 ACCOUNTING, AUDIT & TAX SERVICES
- FN04 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자기홍보, 내부 커뮤니케이션, 신규 모집, 리브랜딩 등)
- FN05 EMPLOYEE COMMUNICATIONS
- FN06 FINANCIAL ADVISERS
- FN07 FINANCIAL SERVICE PROVIDER
- FN08 INVESTMENT BANKS
- FN09 MUTUAL FUNDS

CONSUMER

- FN10 ACCOUNTING, AUDIT & TAX SERVICES (소비자를 위한)
- FN11 ANNUAL REPORTS

- FN12 BANKS: COMMERCIAL + RETAIL
- FN13 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B
- FN14 CREDIT CARD
- FN15 CREDIT UNIONS
- FN16 FINANCIAL ADVISERS
- FN17 FINANCIAL MEDIA
- FN18 FINANCIAL SOFTWARE / TECHNOLOGY
- FN19 FINANCIAL PLANNING
- FN20 INSURANCE
- FN21 LENDING
- FN22 MUTUAL FUNDS
- FN23 FINANCIAL SERVICE PROVIDER
- FN24 RETIREMENT PLANNING

USE OF DISCIPLINE / MEDIUM

- FN25 BRANDING
- FN26 DIRECT (예상 고객과의 직접 커뮤니케이션)
- FN27 INTEGRATED (MIXED MEDIA) (3개 이상의 다른 형태의 미디어 사용)
- FN28 EVENTS (뛰어난 이벤트나 프로그램 프로모션. 이벤트나 프로그램 기간 동안 집행된 모든 형태의 미디어 광고 포함)
- FN29 GUERRILLA/ALTERNATIVE MEDIA/LOCATION-BASED MEDIA (PR 스텐트, 팝업 이벤트, 게릴라 마케팅)
- FN30 OUTDOOR/TRANSIT/OUT-OF-HOME
- FN31 SMALL BUDGET/BIG IDEA (<\$100,000USD) (제한된 예산/자원으로 이룩한 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- FN32 PRINT
- FN33 AUDIO/RADIO
- FN34 FILM - NON-BROADCAST
- FN35 FILM - TV/CINEMA
- FN36 MARKETING + PROMOTIONS (제품, 서비스, 브랜드, 수익의 장점을 예상고객에게 알리거나 인지도를 높이기 위해 사용된 커뮤니케이션)
- FN37 PUBLIC RELATIONS
- FN38 SPONSORSHIP (스폰서십, 프로모션, 티어-인)
- FN39 ONLINE
- FN40 SOCIAL MEDIA (소셜미디어 플랫폼용으로 제작된 작품)
- FN41 WEBSITE

OUTDOOR 그룹

- ① 다양한 미디어를 사용할 수 있으나 모든 작품은 옥외에서 보여지거나 노출되어야 함.
- ② 브랜드 메시지를 전달하기 위해 공공장소를 활용할 때 있음.
- ③ Billboards, Posters, Transit Advertising, Ambient Advertising, Digital Screens, Public Events, Public Spaces 등이 포함됨

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

- OU01 AMBIENT (기존과는 다르거나 새로운 아이템이나 장소)
- OU02 BILLBOARDS/INSTALLATIONS/POSTERS
- OU03 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- OU04 DIGITAL DISPLAYS (공공장소에서의 옥외 디지털 시설물. 옥외나 실내 모두 포함)
- OU05 MURAL (옥외광고나 마케팅을 위한 벽화의 효율적 사용)
- OU07 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- OU08 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- OU09 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- OU10 TAKEOVER
- OU11 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)
- OU12 TRANSIT
- OU13 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- OU14 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)

CRAFT

- OU15 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)

- OU16 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- OU17 COPYWRITING
- OU18 GRAPHIC DESIGN
- OU19 ILLUSTRATION
- OU20 OTHER (시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것)
- OU21 PHOTOGRAPHY
- OU22 TYPOGRAPHY

PRODUCTS & SERVICES

- OU23 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- OU24 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)OU03 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- OU25 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- OU26 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- OU27 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- OU28 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- OU29 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- OU30 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품)
- OU31 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)
- OU32 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- OU33 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- OU34 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- OU35 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- OU36 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

PACKAGE & PRODUCT DESIGN 그룹

- ① 이 그룹은 패키지나 신제품의 기술이나 제작에 관한 작품
- ② 이 그룹 최고작품은 훌륭한 디자인과 브랜드에서 사용될 궁극적 기능을 조화시키는 것임
- ③ 모든 작품 원본을 제출해야 함. 만약 통관에 문제가 있을 수 있다고 생각될 경우에는, 내용물을 비운 용기나 고해상도 사진으로 제출.

심사기준: • Execution 50%
 • Idea/Concept 30%

• Brand Relevance 20%

카테고리

BEST USE

- PD01 BEST NEW GREEN PACKAGE DESIGN (지구와 자원을 보호하는데 도움을 주는 환경 친화적인 패키지, 재생, 자연분해, 완전분해, 생활용도 포함됨)
- PD02 BEST NEW GREEN PRODUCT DESIGN (지구와 자원을 보호하는데 도움을 주는 환경 친화적인 제품, 재생, 자연분해, 완전분해, 생활용도 포함됨)
- PD03 INNOVATION (앞으로 시작을 이끌어갈 수 있는 획기적이고, 새롭고, 독특하거나 기상 천외한 크리에이티브 작품. 출품 작품이 왜 혁신적인지를 시놉시스에 설명할 것)
- PD04 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품)
- PD05 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- PD06 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고, 독특하고, 새로운 패키지나 제품 디자인에 사용된 기술)
- PD07 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)

CRAFT

- PD08 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
- PD09 COPYWRITING
- PD10 GRAPHIC DESIGN
- PD11 ILLUSTRATION
- PD12 OTHER (시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것)
- PD13 PHOTOGRAPHY
- PD14 TYPOGRAPHY

RODUCTS & SERVICES

- PD15 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- PD16 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- PD17 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- PD18 FINANCIAL & INVESTMENT (은행, 투자, 보험)
- PD19 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- PD20 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)

- PD21 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- PD22 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)
- PD23 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)
- PD24 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- PD25 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- PD26 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- PD27 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- PD28 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

PRINT 그룹

① 훌륭하게 인쇄되거나 출판된 작품. 빌보드, 포스터, 신문, 잡지, 캘린더, 전통적인 인쇄물, 디지털 등

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

- PT01 INTEGRATED CAMPAIGN (인쇄가 메인이며 3개 이상의 다른 미디어를 사용한 캠페인)
- PT02 INTERACTIVE (목표 오디언스와의 대화를 위해 만들어진 인쇄광고)
- PT03 NEWSPAPER/MAGAZINE
- PT04 OTHER (시놉시스에 심사해야 할 요소를 기재할 것)
- PT05 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자등에 관한 작업)
- PT06 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (Activation & Engagement 요소들이 포함되어 있는 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원)
- PT07 TECHNOLOGY (Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용)
- PT08 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)

CRAFT

- PT09 ART DIRECTION
- PT10 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)
- PT11 COPYWRITING

- PT12 GRAPHIC DESIGN
- PT13 ILLUSTRATION
- PT14 OTHER (시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것)
- PT15 PHOTOGRAPHY
- PT16 TYPOGRAPHY
- PRODUCTS & SERVICES**
- PT17 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- PT18 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- PT19 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- PT20 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- PT21 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- PT22 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- PT23 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)
- PT24 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)
- PT25 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- PT26 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래 관련)
- PT27 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- PT28 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)

PUBLIC RELATIONS 그룹

- ① 브랜드에 관한 긍정적인 인식과 선의를 증대시키기 위한 명성관리, 크리에이티브 커뮤니케이션과 인지도 향상을 통해 이룩한 업적
- ② 기업 브랜딩, 위기관리이벤트, 공공서비스광고. PR캠페인, 매체관리를 통한 얻은 장점 등도 포함됨

심사기준:

• Idea	40%
• Brand Relevance	20%
• Execution	20%
• Results	20%

카테고리

BEST USE

- PR01 BRAND LOYALTY (브랜드 로열티를 향상시키기 위해 만든 작품)
- PR02 COMMUNITY BUILDING (브랜드뿐만 아니라 협업을 통해 관계를 향상시키거나 고객을 사로잡거나 공동체意識의 강화를 통해 새로운 가치를 만들어내는 것. 사용자 제작 콘텐츠 포함)
- PR03 CELEBRITY/INFLUENCER (캠페인의 하나로 유명인/인플루언서를 이용한 PR 캠페인)
- PR04 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B
- PR05 CRISIS & ISSUE MANAGEMENT
- PR06 DIGITAL/MOBILE
- PR07 EARNED MEDIA (막대한 무료미디어보도를 얻는데 성공한 사례)
- PR08 EFFECTIVENESS (효과를 잘 보여준 PR 캠페인)
- PR09 ENVIRONMENTAL EFFORT
- PR10 EVENTS & STUNTS (이벤트나 스텐트를 사용해 브랜드 이미지나 메시지를 전달)
- PR11 MEDIA RELATIONS
- PR12 MULTICULTURAL (문화적인 관용이나 이해를 촉진시키거나 다양한 오디언스와의 관계를 구축하기 위한 PR 캠페인)
- PR13 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작업)
- PR14 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- PR15 SOCIAL MEDIA (페이스북, 트위터, 인스타그램과 같은 소셜미디어 사용)
- PR16 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (Activation & Engagement 요소들이 포함되어 있는 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원)
- PR17 TECHNOLOGY (Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용)
- PR18 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)

PRODUCTS & SERVICES

- PR19 AUTOMOTIVE (차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품할 것)
- PR20 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)
- PR21 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)
- PR22 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)
- PR23 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)
- PR24 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)
- PR25 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음

료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)

- PR26 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)
- PR27 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)
- PR28 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)
- PR29 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)
- PR30 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)
- PR31 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

PURPOSE 그룹 (前 POSITIVE WORLD IMPACT)

- ① 궁극적으로 세상에 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 태도, 인식, 행동에 변화나 영향을 줄 수 있는 크리에이티브 커뮤니케이션을 사용한 작품
- ② 사람, 동물, 환경의 개선을 위한 모든 미디어 형태의 작품은 출품할 수 있음

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

EMPOWERMENT

- WI01 DEMOCRACY (자유와 민주주의를 촉진시키기 위한 작품)
- WI02 WOMEN (여성의 인권, 권리, 참여, 삶의 질 등을 진작시키기 위한 작품)
- WI03 LGBTQ (성적소수자 개인이나 단체를 위한 인권, 평등, 권리, 관용, 참여 등을 진작시키기 위한 작품)
- WI04 SOCIAL JUSTICE (권리, 평등, 권리, 관용, 참여 등을 통해 인종, 소수민족, 종교적 차별에 대항하기 위해 만든 작품)

PUBLIC SERVICE

- WI05 CIVIC & SOCIAL EDUCATION: BRAND (브랜드나 영리기업들의 교육, 시민, 사회적 문제 등에 관한 공공서비스)
- WI06 ENVIRONMENT & SUSTAINABILITY: BRAND (브랜드나 영리기업들의 환경개선을 위한 교육, 인식의 변화, 행동의 고취 등에 관한 공공서비스 캠페인)
- WI07 HUMAN RIGHTS: BRAND (브랜드나 영리기업들의 인권 신장과 옹호를 위한 교육, 인식의 변화, 행동의 고취 등에 관한 공공서비스 캠페인)
- WI08 PHILANTHROPIC APPEALS: BRAND (브랜드나 영리기업들의 복리를 위한 기금확대에 관한 공공서비스 캠페인)
- WI09 PROMOTION OF PEACE: BRAND (브랜드나 영리기업들의 평화를 신장하기 위한 공공

서비스 캠페인)

WI10 CHILDREN- HEALTH, HAPPINESS AND SAFETY: BRAND (브랜드나 영리기업들의 어떤 식으로든 어린이를 돕기위한 공공서비스 캠페인)

WI11 EMERGENCY RELIEF: BRAND (브랜드나 영리기업들의 재난으로 발생한 이벤트에 대응하기 위한 공공서비스 캠페인)

WI12 UNIQUE PARTNERSHIP: BRAND (보다 나은 사회를 만들기 위해 2개이상의 브랜드나 영리기업들의 별이는 공동활동)

PUSHING CULTURE 그룹 (前 BRAVE WORK / BRAVE CLIENT)

- ① 작품뒤에 숨겨져 있는 위험을 안고 용기있고 두려움없이 도전적인 아이디어
- ② 이 개념들은 승인과정이나 클라이언트에 의해 받아들여지지 않는 경우가 많으나 용기있는 선택만이 만들어 낼 수 있다
- ③ 출품요약서에 이 아이디어가 왜 이 상을 받아야 하는지를 포함시킬 것
- ④ 이 작품이 왜 용기있는 선택인지를 심사위원들이 이해할 수 있도록 설명할 것

카테고리

PRODUCTS & SERVICES

BW01 PUSHING CULTURE

SMALL AGENCY 그룹 (2022년 신설)

- ① 50인 미만의 광고대행사를 대상으로 함
- ② 이 그룹 출품작은 별도의 Executive Jury panel에서 심사함
- ③ 이 그룹 출품작의 출품조건은 다른 그룹과 동일함

카테고리

BEST USE

SA01 ACTIVATION & ENGAGEMENT

SA02 AUDIO/RADIO

SA03 AVANT-GARDE/INNOVATIVE

SA04 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT

SA05 COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS

SA06 DESIGN

SA07 DIGITAL/MOBILE

SA08 DIRECT & COLLATERAL

SA09 FILM

SA10 OUTDOOR

SA11 PACKAGE & PRODUCT DESIGN

SA12 PRINT

SA13 PUBLIC RELATIONS

SA14 PUSHING CULTURE (前 BRAVE WORK/BRAVE CLIENT)

SA15 WORK WITH PURPOSE

SA16 AUTOMOTIVE

PRODUCTS & SERVICES

SA17 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)

SA18 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)

SA19 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)

SA20 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)

SA21 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)

SA22 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)

SA23 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리 출품하지말 것)

SA24 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)

SA25 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)

SA26 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)

SA27 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)

SA28 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

SOCIAL MEDIA & INFLUENCER 그룹

- ① 콘텐츠나 의견에 관한 공공과의 공유, 소문, 표현 등을 통해 브랜드 메시지를 알리는 것
- ② 결과는 views, likes, shares, comments, user-generated content 등에 의해 측정됨
- ③ 소비자 관여도를 증대시키기 위한 페이스북, 인스타그램, 트위터, 인플루언스 등을 통한 마케팅 활동도 포함됨

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	20%
• Execution	20%
• Results	20%

카테고리

BEST USE

SM01 BEST USE OF A MULTI-PLATFORM CAMPAIGN (소셜미디어를 중심으로 3개 이상의

다른 미디어 형태를 이용한 캠페인만 출품할 수 있음. 미디어를 섞어 작품을 짜르거나/붙이지 말고 원래 집행된 미디어별 자료로 제출

- SM02 BEST USE OF INFLUENCER (영향력있는 사람들을 이용한 획기적이고 새롭고 독특하거나 창의적인 크리에이티브. 시놉시스에 이 아이디어가 왜 혁신적인지를 설명할 것)
- SM03 BEST USE OF PARTNERSHIPS (협업이나 파트너십을 이용한 획기적이고 새롭고 독특하거나 창의적인 크리에이티브. 시놉시스에 이 아이디어가 왜 혁신적인지를 설명할 것)
- SM04 INNOVATION (브랜드를 홍보하기 위해 소셜 미디어를 이용한 획기적이고 새롭고 독특하거나 창의적인 크리에이티브. 시놉시스에 이 아이디어가 왜 혁신적인지를 설명할 것)
- SM05 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작업)
- SM06 SMALL BUDGET/BIG IDEA (제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함)
- SM07 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND (제품이나 영리기업이 후원한 사회 향상을 위한 공익서비스나 교육)
- SM08 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)
- SM09 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- SM10 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력)
- SM11 VIRAL (바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품)

PLATFORM

- SM12 FACEBOOK
- SM13 INSTAGRAM
- SM14 LINKEDIN
- SM15 OTHER PLATFORM
- SM16 SNAPCHAT
- SM17 TIKTOK
- SM18 TWITTER
- SM19 YOUTUBE

SPORTS 그룹

- ① 브랜드가 운동 장비나 팀, 또는 리그에서 사용되었던 스포츠팬을 위한 마케팅 노력으로 사용되었던 간에 뛰어난 스포츠 광고를 선정함
- ② 스포츠 이벤트 프로모션, 슈퍼볼 광고, 운동선수 광고도 포함됨

심사기준: • Idea/Concept 40%

- Brand Relevance 35%
- Execution 25%

카테고리

BEST USE

- SP01 CELEBRITY/ATHLETE/INFLUENCER (타깃 오디언스와 연결하기 위한 유명인/운동선수/인플루언서와의 협업이나 파트너십)
- SP02 CHAMPIONSHIP EVENT AD (올림픽, 월드컵, 월드컵, 웹블든 등과 같은 챔피언십 이벤트 광고)
- SP03 COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS (브랜드, 운동선수, 팀, 대회, 운영주체나 협회간의 협업이나 파트너십)
- SP04 COMPETITIONS & PROMOTIONAL (스포츠 이벤트나 스포츠 테마에서 시합이나 판촉 게임을 통해 브랜드 메시지 전달)
- SP05 CROSS-PLATFORM (소비자를 끌어들이 수 있는 독특하거나 강력한 방법을 사용한 다양한 플랫폼들. 출품작들은 컨셉트를 확장시키기 위해 강력한 독자적인 플랫폼을 사용해야 함. 여기는 메인 콘텐츠의 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님)
- SP06 DIGITAL DISPLAYS
- SP07 ENDORSEMENTS (제품, 서비스, 브랜드를 알리기 위해 스포츠 선수, 유명인, 운동선수 등을 이용한 광고)
- SP08 eSPORTS
- SP09 EVENTS & STUNTS (이벤트나 스텐트를 통한 브랜드 메시지. 반드시 스포츠 관련된 브랜드나 장소여야 함)
- SP10 EXHIBITIONS & INSTALLATIONS (스포츠와 관련된 브랜드나 행사)
- SP11 INNOVATION (획기적이고 새롭고 독창적이고 엄청나게 뛰어난 스포츠 광고. 이 아이디어가 왜 혁신적인지를 시놉시스에 설명)
- SP12 REAL-TIME RESPONSE (현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작업)
- SP13 SOCIAL GOOD: BRAND (사회를 개선하기 위한 공공 서비스나 교육)
- SP14 SUPER BOWL AD
- SP15 TAKEOVER
- SP16 TECHNOLOGY (혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용)
- SP17 USE OF DATA (데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨)
- SP18 USER-GENERATED CONTENT (소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상

의 협력)

SP19 VR/AR (가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것)

TYPE

SP20 PRODUCTS & SERVICES (스포츠관련 제품, 서비스 광고. 모든 매체 포함됨)

SP21 SPORTS EVENT OR PROGRAM PROMOTION (스포츠 이벤트나 프로모션. 모든 형태의 미디어 광고나 이벤트나 프로그램)

SP22 TEAM OR LEAGUE PROMOTION (경기단체나 협회 등을 포함한 스포츠 관련 팀이나 리그 프로모션)

START-UP 그룹 (2022년 신설)

① 2019.1.1.에서 2022.5.1. 사이에 런칭한 스타트업에 대상으로 함

② 이 그룹 출품작의 출품조건은 다른 그룹과 동일함

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

BEST USE

SU01 ACTIVATION & ENGAGEMENT

SU02 AUDIO/RADIO

SU03 AVANT-GARDE/INNOVATIVE

SU04 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT

SU05 COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS

SU06 DESIGN

SU07 DIGITAL/MOBILE

SU08 DIRECT & COLLATERAL

SU09 FILM

SU10 OUTDOOR

SU11 PACKAGE & PRODUCT DESIGN

SU12 PRINT

SU13 PUBLIC RELATIONS

SU14 PUSHING CULTURE (前 BRAVE WORK/BRAVE CLIENT)

SU15 WORK WITH PURPOSE

PRODUCTS & SERVICES

SU16 AUTOMOTIVE

SU17 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B (자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등)

SU18 DURABLE GOODS (내구재. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감)

SU19 FOOD/DRINK/RESTAURANTS (모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑)

SU20 HEALTHCARE (건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품)

SU21 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS (모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트)

SU22 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS (빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품)

SU23 OTHER (위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것)

SU24 POLITICS & GOVERNMENT (정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션)

SU25 RETAIL STORES & eCOMMERCE (모든 소매점 및 전자상거래)

SU26 TRANSPORTATION (지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품)

SU27 TRAVEL/LEISURE (비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함)

SU28 UTILITIES (통신, 에너지 분야로 한정되지는 않음)

STUDENT 그룹

① 젊은 눈으로 바라보면 광고를 완전히 새롭게 관찰할 수 있음.

② 학생 그룹은 차세대 광고를 이끌어갈 대가를 위한 것으로, 우리가 이전에 보지 못했고 앞으로 볼 수 없는 새로운 방법으로 사물을 보는 능력을 높이 평가함.

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

CRAFT - OTHER THAN FILM OR VIDEO

ST01 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)

ST02 BEST USE OF HUMOR (컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머)

ST03 COPYWRITING

ST04 GRAPHIC DESIGN

ST05 ILLUSTRATION

ST06 INTERFACE & NAVIGATION (UX/UI)

ST07 PHOTOGRAPHY

ST08 TYPOGRAPHY

FILM CRAFT/VIDEO CRAFT

- ST09 ACTING
 - ST10 ANIMATION
 - ST11 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN (컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design)
 - ST12 BEST USE OF MUSIC
 - ST13 CASTING
 - ST14 CINEMATOGRAPHY
 - ST205 DIRECTION
 - ST16 EDITING
 - ST17 ORIGINAL MUSIC
 - ST18 PRODUCTION ACCOMPLISHMENT
 - ST19 SCRIPT/COPYWRITING
 - ST20 SOUND DESIGN/USE OF SOUND
 - ST21 USE OF HUMOR
 - ST22 VISUAL EFFECTS
 - ST23 AUDIO/RADIO
- ### MEDIUM
- ST24 AVANT-GARDE/INNOVATIVE
 - ST25 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT
 - ST26 DESIGN
 - ST27 DIGITAL/MOBILE
 - ST28 DIRECT & COLLATERAL
 - ST29 FILM
 - ST30 OUTDOOR
 - ST31 POSITIVE WORLD IMPACT
 - ST32 PRINT
 - ST33 PUBLIC RELATIONS

THE 3D DE&I WORK OF THE YEAR AWARD 그룹 (2022년 신설)

- ① 이 카테고리 수상작품은 보다 다양하고(diverse) 평등하고(equitable) 차별이 없는(inclusive) 사회를 만들기 위해 의미있는 조치를 취한 개인이나 조직에게 주는 상이다
- ② 아울러 다양성, 평등, 무차별 세 기둥은, 우리 사회가 역사적으로 소수그룹들이 매일 겪어오고 있는 오래묵은 조직적인 부당한 행위를 해결하는데 도움을 줄 수 있다.
 - DIVERSITY는 다른 요소들이나 특성들로 이루어진 가치있는 어떤 것(Something)을 의미한다 - 인종, 민족성, 출신국가, 성 정체성, 성적취향, 사회경제적 지위, 장애, 나이, 종교,

정치적 관점 외에도 여러 가지가 있겠지만 이것들만으로 제한되지는 않는다

- EQUITY는 편견이나 편애로부터의 공정, 기회 균등, 자유를 의미한다
- INCLUSION는 역사상 배척받아오고 있는 수용자와 관행을 위한 실천이다
- ③ The 3D Awards는 역사상 소수그룹을 위해 지원하고 보호하고 대변하고 향상시켜주는 작품에게 수여된다
- ④ P&G에서 만든 4Rs(REACH, RESONANCE, RELEVANCE, REPRESENTATION)를 사용하여, 심사기준은 현실적이고 지속적인 영향을 확실하게 행동으로 촉진시킬 수 있는 작품에 초점을 두고 있다.

이 그룹 출품작에 대한 지침

- ① 포털을 통해 출품작을 만든 후, 관계되는 모든 필드를 채우고, 카테고리를 DE&I Award 선택하고 출품양식을 업로드할 것
- ② 출품과정에서 이 양식을 찾아 다운로드할 수 있으며, 제출양식은 별첨 파일 "3D DE&I Work Of The Year 공적서 작성가이드" 참조

귀 팀의 다양성(diversity)을 작성할 때 명심해야 할 몇 가지 사항

- ① 직원들은 법적으로 신원을 확인할 의무가 없습니다만 개별 직원의 신원을 제출하는 정보에 포함시킬 수는 있음.
- ② 여성, 소수자, 재향군인 조직의 멤버도 직원으로 간주할 수 있음.
- ③ 신분 때문에 누군가를 프로젝트에 포함시키는 것은 위법이다. 이 특별상에 당신이 나열된 모든 사람들이 이 팀에서 일했다는 것을 인정하고 있어야 한다.

카테고리

3D DE&I WORK AWARD

D01 3D DE&I WORK AWARD (다양성, 평등, 무차별을 고양하고 뛰어넘기 위한 작업)

THE FUTURE NOW 그룹 (2022년 신설)

- ① 흥미있고 의미있고 맞춤형 테크놀로지의 사용으로 보다 나은 소비자 경험을 이끌어낼 수 있는 경험이나 혁신을 제공

카테고리

BEST USE

- F01 ALTERED REALITY (새롭고 의미있는 방법으로 브랜드에 참여시키기 위한 증강현실, 가상현실, 메타버스, 혼합현실 프로그램)
- F02 BEST INNOVATION (고객의 문제를 해결하기 위한 새롭거나 상상하지 못한 방법의 (하드웨어나 소프트웨어) 기술 활용)
- F03 DECENTRALIZED TECH (블록체인, NFT, 스마트 계약서; 게임을 변화시키기 위해 블록 체인을 사용한 브랜드들)
- F04 GENERATIVE CREATIVE (50년 전에는 존재하지 않았던 AI활용, 기계학습, 데이터가 만들어내는 크리에이티브 경험)

PRODUCT & SERVICE ADVERTISING

F05 CRYPTO (암호통화 서비스업, 암호통화 플랫폼, 암호/블록체인통화 교육 프로그램)

THE G100 INSPIRATION AWARD 그룹 (2022년 신설)

- ① 이 그룹 출품작은 임팩트를 줄 수 있는 행동을 이끌어 낼 수 있는 크리에이티브 뿐만 아니라 말로 표현할 수 없는 천재성이 요구된다
- ② 엄청난 Genius100 collective의 3명의 멤버가 심사하는 이 부문의 출품작은 심사위원들에게 목표, 전략, 전술과 노력의 결과를 반드시 보여주어야 한다
- ③ 하나의 가장 인상적이고 강력한 출품작에게 이 상이 주어진다.

심사기준:

• Idea/Concept	40%
• Brand Relevance	35%
• Execution	25%

카테고리

THE G100 INSPIRATION AWARD

G01 THE G100 INSPIRATION AWARD

이 부문 출품료는 Humalyan Cataract Project에 기부될 예정임

THE NEW YORK CITY AWARD 그룹 / 출품료 없음

- ① 광고에서 뉴욕 아이콘을 가장 잘 표현한 작품
- ② 귀사 출품작의 컨셉이 뉴욕시의 이미지, 사운드, 노래, 랜드마크, 사람, 유명한 명언이나 모토 등을 사용해서 만들었다면, 수상할 가치가 있음
- ③ 시놉시스에 왜 이 상을 받아야 하는지를 포함시킬 것

심사기준: 100% New York

카테고리

NY01 NEW YORK CITY AWARD