

2023 뉴욕페스티벌 국제광고상(NYFA) 한글 출품요강

1. CATEGORIES

가. 카테고리 그룹/모든 출품작은 싱글, 캠페인에 출품할 수 있음

카테고리 그룹 (Categories Group)	Sub-Category
ACTIVATION & ENGAGEMENT	31
ADVERTISING MARKETING EFFECTIVENESS (2023 신설)	40
AUDIO/RADIO	30
AVANT-GARDE/INNOVATIVE	12
BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT	47
COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS	22
COMMERCE & CREATIVITY (2023 신설)	21
DESIGN	32
DIGITAL/MOBILE	36
DIRECT	32
FILM	25
FILM CRAFT	16
FINANCIAL	41
HEALTHSPAN (2023 신설)	31
HELL'S KITCHEN (2023 신설)	57
NYF'IN FUNNY (2023 신설)	15
OUTDOOR	36
PACKAGE & PRODUCT DESIGN	28
PRINT	28
PUBLIC RELATIONS	31
PURPOSE	12
PUSHING CULTURE	1
SMALL AGENCY	30
SOCIAL MEDIA & INFLUENCER	25
SPORTS	23
START-UP	30
STUDENT	33

Show us something we haven't seen.

2023  
ENTRY GUIDE

SUPPORTED BY bcw

THE 3D DE&I WORK OF THE YEAR AWARD	3
THE FUTURE NOW	20
THE G100 INSPIRATION AWARDS	4
THE NEW YORK CITY AWARD	1
THE NYF AUTOSHOW (2023 신설)	23
THE YOUNGEST TALENT (2023 신설)	12

2. 출품사이트: <https://www.nyfadvertising.com/Account/Login>

## 2. DEADLINES & ENTRY FEES

가. 출품료 및 마감일 (단위: US\$)

구분	출품마감일	출품료		
		Single	Single PLUS	Campaign
Open Entries	2월1일~3월9일	\$450	\$550	\$1,000
EARLY BIRD	3월10일~4월27일	\$500	\$600	\$1,200
OFFICIAL	4월28일~5월18일	\$600	\$700	\$1,300
EXTENDED	5월19일~5월26일	\$650	\$750	\$1,400
STUDENT		\$100		

- ㉠ 한 작품 이상을 출품할 경우, 출품작들의 총 출품료를 한 번에 결제할 것
- ㉡ 온라인 출품이 완료한 후 7일 이내에 출품료를 결제해야 함

나. 수수료 PROCESSING FEES

② 결제방법: 은행송금, 신용카드(VISA, MasterCard, AMEX)

③ CREDIT CARD FEES: Visa/Master Card 3%, American Express 3.2%

④ WIRE (OR BANK) TRANSFER

- ㉠ 은행송금 수수료: \$125. 이 수수료는 출품료에 추가되어 청구됨
- ㉡ 송금관련 모든 비용은 출품자 부담
- ㉢ 송금양식에 출품사의 송장번호를 반드시 입력할 것. NYF에서는 송장번호로 출품사를 확인함
- ㉣ [accounting@newyorkfestivals.com](mailto:accounting@newyorkfestivals.com) 앞으로 송금과 관련된 모든 금융관련정보와 인보이스를 보낼 것
- ㉤ 출품 체크아웃을 하기전에 출품사의 인보이스번호와 NYF 은행정보를 확인할 수

있기 때문에, 송금하기 전에 인보이스를 출력하여 회계관련부서에 전달해서 정확하게 송금될 수 있도록 할 것

⑤ LATE ENTRY FEE: OFFICIAL Deadline 이후 출품작에는 10%의 Late Entry Processing Fee가 부과될 수 있음.

⑥ 출품료 환불 규정

- ㉠ 출품료 결제 후 14일 이내에 요청할 경우에 한해 환불됨. 이 경우에도 작품당 \$100씩 관리비용(administrative costs)이 부과됨
- ㉡ 14일이후 요청할 경우, NYF의 심사시스템에 출품작이 올려져 있거나 심사가 진행 중일 중에는 환불되지 않으나, 심사를 하지 않도록 막을 수는 있음.

## 3. ENTRY TYPE

① Single:

- ㉠ 최대 2개의 파일(1개의 출품작+1개의 보충자료).
- ㉡ 비디오나 케이스 보드 등을 보충자료로 제출할 수 있으나 이것이 출품작을 대체할 수는 없으며, 필요할 경우 삭제할 수도 있음.

② Single Plus:

- ㉠ 최대 6개의 파일(1개의 출품작+5개의 보충자료).
- ㉡ 개별적인 여러 출품작은 캠페인으로 출품해야 함

③ Campaign:

- ㉠ 출품작과 관련된 전체 모음
- ㉡ 6개의 메인 작품이나 보충자료로 출품할 수 있으며, 모든 작품은 심사에 반영됨

## 4. ELIGIBILITY

① 미디어 구매 확인 ELIGIBLE AIRING

- ㉠ 2022년 1월 1일~2023년 5월 26일 사이 방영/노출된 작품.
- ㉡ 출품사는 요청이 있을 경우 미디어를 구매한 증거를 보여줄 수 있어야 함.

② 정부를 브랜드로 하는 작품만 NYFA에 출품할 수 있음. NGO 출품작은 THE G100 부문으로 출품해야 함

- ㉠ NYFA는 아래를 NGO로 규정함
  - 비정부기구(NON-GOVERNMENT ORGANIZATIONS)
  - 비영리 단체 및 협회(NOT-FOR-PROFIT UNIONS & ASSOCIATIONS)
  - 비영리 예술시설(NOT-FOR-PROFIT ART FACILITIES)

- 재단(FOUNDATIONS)
- 자선단체(CHARITIES)
- 기금(FUNDS)

### ③ JURY DISPOSITION:

- ④ 뉴욕페스티벌은 심사위원에게 출품작이 원래 출품한 카테고리가 적합하지 않다고 판단될 경우 출품그룹/카테고리를 옮길 수 있는 권한을 부여함.
- ⑤ 심사위원은 다른 카테고리로 옮겨진 작품은 원래 그 작품이 수상하기로 되어있던 것보다 높은 상을 받는 것에 동의함

### ④ SCAM ADS

- ④ 뉴욕페스티벌은 "Scam Ads"(집행되지 않았거나 100% 광고주의 허락을 받지 않고 집행된 광고)의 출품을 금지한 첫 번째 광고상임.

### ⑤ SCAMGUARD

- ④ 뉴욕페스티벌의 SCAMGUARD 시스템은, 심사위원들이 Scam Ad로 의심되는 작품에 대해 익명으로 Flag를 달고 의견을 제출하도록 되어 있음.

### ⑥ SCAMGUARD

- ④ 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

## 5. ENTRY PROCESS GUIDELINES

- ① 「2023 뉴욕페스티벌 국제광고상(NYFA) 출품 방법」 참조할 것
- ② 출품 사이트에 올려져 있는 작품이 6주 이상 아무런 활동이 없으면, 출품을 하지 않은 것으로 간주되어 자동으로 삭제될 수 있음
- ③ 원고 작성 방법
  - ④ 모든 수상작은 출품시 제출한 그대로 웹사이트에 소개되기 때문에, 수상작품명, 출품사, 브랜드명 등을 정확한 철자와 대·소문자로 표기할 것
- ④ 출품요약서 Jury Brief Requirement
  - 귀사의 출품작이 출품카테고리에서 왜 상을 받아야하는지를 심사위원에게 설명하는 출품과정임
  - ④ 모든 출품작은 심사위원의 작품 평가에 도움을 줄 수 있는 Jury Brief를 제출해야 함.
  - ⑤ 귀사 출품작이 이 카테고리에서 왜 상을 받아야 하는지와 그 이유를 설명할 수

있는 관련자료를 첨부하여 심사위원에게 설명할 것.

- ④ 어떤 카테고리는 특별한 정보를 요청할 수 있으니, 부문별 요강에 맞춰 자료를 준비할 것

### ⑤ 번역

**한글 작품작은 출품 사이트에서 자세한 영문 시놉시스나 번역문을 제출해야 함**

- ④ **Film:** 쉽고 잘 읽히는 서체로 자막을 삽입하여 제출. 예) 검정바탕에 백자 등
- ④ **Audio:** 영어가 아닐 경우에는, **RADIO**의 경우 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

## 6. TECHNICAL SPECIFICATIONS

**3분을 넘지 않은 Case Study를 먼저 올릴 것**

미디어별 제출 양식 PLEASE UPLOAD CASE STUDY VIDEOS FIRST.

### ① MOV AND MP4:

- PRORES 파일은 받지 않음

### ② MP3:

- original format으로 업로드할 것

### ③ PDF

- 하나 이상의 이미지를 포함할 수 있음. 심사할 수 있는 범위 안으로 확대할 것.

### ④ JPG/JPEG:

- ④ 가능하지만 확대는 하지말 것
- ④ 고해상도로 좌우비율 4:3(16:9)로 PDF 제출

### ⑤ WEBSITE URL:

- ④ 웹사이트와 크리에이티브 내용들을 지원해 주는 웹페이지도 제출
- ④ 모든 링크주소는 2023년 7월까지 활성화되어야 하며, 패스워드나 로그인 없이 바로 출품작으로 연결될 수 있도록 할 것
- ④ 공정하고 편견없는 심사를 위해 웹사이트에 광고회사 이름을 넣지 말 것

- ⑥ Youtube, Vimeo, Soundcloud, 기타 스트리밍 사이트를 통해 출품할 경우, 파일을 다운받을 수 있도록 할 것. 그렇지 않을 경우, 귀사 출품작이 파일리스트 이상에 선정되면, 시사용으로 사용할 수 있도록 오디오나 비디오 파일을 제출해야 함

## 7. 수상작 발표

- ① Finalists: 이메일로 통보되며, NYF 웹사이트, 이메일, 소셜미디어 플랫폼과 광고산업 최고 업계지 등에 보도자료로 배포됨
- ② Best of Show, Grand Award, Gold, Silver, Bronze, Industry Awards은 Executive Jury에서 결정됨
- ③ 상의 순위  
BEST OF SHOW  
GRAND AWARD  
GOLD  
SILVER  
BRONZE  
FINALIST

## 8. 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 최다 득점을 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:** 제품주체(해당 광고회사에서 출품했던 다른 관계회사들이 출품했든)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:** 제품주체(프로덕션, 대행사, 혹은 관련회사 등)와 상관없이 모든 경쟁 그룹에서 가장 높은 점수를 획득한 제작사에게 수여됨. 제품사들은 제작사들이 수상할 수 있도록 크레딧에 제작사를 반드시 포함시킬 것.

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

**PUBLIC RELATIONS AGENCY OF THE YEAR:** 2023년 신설. PR회사와 관련된 모든 제품작이 출품할 수 있음. 메달수를 기준으로 올해의 PR대행사 선정

## 9. CREDITS

- ① 제품사는 제품시 크레딧 정보를 입력할 때 최선을 다해서 입력할 것
- ② 제품작을 제출하고 수상을 할 경우, 트로피의 수상자 목록에는 제품사, 네트워크/브랜드명(있는 경우), 카테고리, 수상작품명, 수상연도와 크레딧의 처음 열 사람이 직함과 함께 표기됨을 기억하세요. 수상작과 관련된 모든 사람이 가능함.
- ③ 직함과 함께 추가된 사람들은 NYF 웹사이트의 쇼케이스에 올려짐. 만약 제품작이 쇼트리스트에 선정되면, 당신은 통보를 받고 배송주소와 크레딧을 업데이트하고 수정할 수 있는 기회가 주어짐. 만약 수정이 이루어지지 않으면, 출품할 때 입력한 크레딧과 배송주소가 기록할 정보로 간주됨. 수상 트로피는 출품할 때 제출한 주소로만 발송됨. 반송이나 재발송 비용이 발행할 경우에는 제품사에서 부담해야 함
- ④ 크레딧 체크 마감후에 수정하면 비용 \$100이 부과됨.

## 10. EXHIBITION AND COPYRIGHT

- ① 만약 귀사 출품작이 전시, 웹사이트, 플랫폼 등에 노출되는 것을 원치 않으면, 출품할 때 No로 체크하고 이메일을 보낼 것.
- 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 로열티를 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, 라디오, 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 보충해 주어야 함. 출품자는, 계열사, 수탁자, 면허권자가 여기에서 얻은 지적 자산이나 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

## 11. 출품문의 및 대행

- ① 대행수수료: 작품당 200,000원
- 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](mailto:baeseogbong@gmail.com)

## CATEGORIES

- ① 브랜드나 정부광고만이 NYFA에 출품할 수 있음.
- ② NGO작품은 THE G100 CATEGORIES로만 출품할 수 있음
- ③ NYFA가 규정하는 NGO는 아래와 같습니다.
  - 비정부기구 (NON-GOVERNMENT ORGANIZATIONS)
  - 비영리단체 (NOT-FOR-PROFIT UNIONS & ASSOCIATIONS)
  - 비영리예술시설 (NOT-FOR-PROFIT ART FACILITIES)
  - 재단 (FOUNDATIONS)
  - 자선단체 (CHARITIES)
  - 기금(FUNDS)

## ACTIVATION & ENGAGEMENT 카테고리 그룹

- ① 타킷 오디언스와 직접적인 상호관계를 이룩한 작품. 작품은 상상력의 제한적인 표현임.
- ② 이벤트, 영상, 플래쉬 몹, 야외 조각물 등도 포함됨.
- ③ 소극적인 작품의 출품은 권하지 않음. 이 카테고리 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:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **25%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION
  - **10%** AUDIENCE EXPERIENCE

## 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 콘텐츠 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 개선되었거나 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 출품
- AE20 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- AE21 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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 카테고리로 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/LEISURE**로 출품
- AE30 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- AE31 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

**ADVERTISING MARKETING EFFECTIVENESS 카테고리 그룹: 2023년 신설**

- ① NYF Advertising는 계속 성장하고 있으며, 유명한 AME 경쟁 부문을 새로 추가하였다.
- ② AME는 계속해서 업계 표준이 될 것이며, 효과가 있는 창의적이고 효과적인 작품에 상을 주는 기준을 정할 것이다.
- ③ 이 카테고리 그룹에서 상을 받은 캠페인은 도전적인 마케팅 문제에 대한 획기적인 해결책을 보여주며, 전략적 계획과 창의적인 실행이 놀라운 결과를 낼 수 있다는 것을 증명한다.

- 심사기준:**
- **30%** RESULTS & EFFECTIVENESS
  - **25%** IDEA
  - **25%** EXECUTION
  - **20%** CHALLENGE/STRATEGY/OBJECTIVES

**카테고리**

**BEST USE**

- BU01 ARTIFICIAL INTELLIGENCE
- BU02 AUDIO/RADIO

BU03 **ACTIVATION & ENGAGEMENT**  
 BU04 **AMBIENT**  
 BU05 **AUGMENTED REALITY/VR/MIXED REALITY**  
 BU06 **BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT**  
 BU07 **CORPORATE IMAGE**  
 BU08 **CREATIVE PARTNERSHIPS**  
 BU09 **CREATIVE USE OF TECHNOLOGY**  
 BU10 **DATA**  
 BU11 **DESIGN**  
 BU12 **DIGITAL**  
 BU13 **DIGITAL DEVICES AND EXPERIENCES:** 디지털 장치에 존재하거나 디지털 장치에 의해 활성화되는 소비자 또는 전문가의 인식/행동 변화 영역. 모바일 앱, 웨어러블 기술, 게임, 소셜 또는 모바일 캠페인  
 BU14 **DIRECT & COLLATERAL**  
 BU15 **EVENTS & EXPERIENTIAL MARKETING:** 환경 또는 비즈니스 상황에서 브랜드와의 상호 작용에 참여  
 BU16 **GAMIFICATION**  
 BU17 **GUERRILLA**  
 BU18 **INFLUENCER MARKETING**  
 BU19 **INTEGRATED (MULTIPLE MEDIUMS)**  
 BU20 **LOW BUDGET (<\$100,000 USD)**  
 BU21 **MOBILE**  
 BU22 **MEDIA PARTNERSHIPS**  
 BU23 **MEDIA PLANNING**  
 BU24 **MULTICULTURAL MARKETING**  
 BU25 **NEW PRODUCT/SERVICES LAUNCH**  
 BU26 **PROMOTIONS**  
 BU27 **PUBLIC RELATIONS STRATEGY**  
 BU28 **SPONSORSHIP**  
 BU29 **OUTDOOR/OOH/DIGITAL OOH**  
 BU30 **PODCAST**  
 BU31 **POINTOFPURCHASE**

BU32 **POP-UP-STORES**  
 BU33 **PRINT**  
 BU34 **PROFESSIONAL CONFERENCES OR CONGRESSES:** 비전통적이거나 대안적인 아이템 또는 배치  
 BU35 **SOCIAL MEDIA/SOCIAL VIDEO:** 비전통적이거나 대안적인 아이템 또는 배치  
 BU36 **TECHNICAL PROFESSIONAL MATERIALS/COMMUNICATION**  
 BU37 **TV & CINEMA**  
 BU38 **UX DESIGN**  
 BU39 **WEBSITE**

### **PRODUCTS & SERVICES**

PS01 **AUTOMOTIVE:** 차량/애프터 마켓 자동차, 레크리에이션 자동차, 오토바이, 트럭  
 PS02 **BEAUTY PRODUCTS & SERVICES:** 화장품, 셀프 케어, 헤어 제품, 네일 케어, 살롱, 스파 서비스 등  
 PS03 **BEVERAGES:** 주스, 청량음료, 커피, 에너지 드링크, 맥주, 와인, 주류  
 PS04 **BUSINESS-TO-BUSINESS:** 인사, 기술 평가, 회계, 기술적 지원  
 PS05 **BUSINESS-TO-CONSUMER:**  
 PS06 **BUSINESS SUPPLIES:**  
 PS07 **CANNABIS & CBD:** 교육, 소매점, 캠페인, 레크리에이션 및 의료.  
 PS08 **CORPORATE IMAGE:** 정보, 브랜드 변경, 내부 커뮤니케이션.  
 PS09 **CRYPTOCURRENCY:**  
 PS10 **CULTURE & THE ARTS:** 행사, 콘서트, 요리/문화/영화 축제, 박물관, 극장 행사의 홍보.  
 PS11 **DIGITAL GOODS:** 가상 제품, 멤버십, 서비스 보증, 서적, 음악, 비디오의 디지털 다운로드 구독.  
 PS12 **EDUCATION:** 온라인 프로그램, 언어(외국어) 수업, 강좌 시간.  
 PS13 **ELECTRONICS:** 소비자 및 비즈니스 - 오디오, 비디오, 홈 엔터테인먼트, 스크린 룸, 컴퓨터/노트북, 게임 장치, VR/AR 장치, 사운드 시스템, UAV/드론.  
 PS14 **FASHION:** 의류, 신발, 액세서리, 장신구.  
 PS15 **FINANCIAL SERVICES:** 은행, 보험, 투자사  
 PS16 **FITNESS & WELLNESS:** 운동 및 건강에 초점을 맞춘 장비, 건강 관련 개인 제품, 비타민 및 에너지제품, 건강 및 피트니스 시설/프로그램, 체중  
 PS17 **FOOD:** 신선제품, 포장/냉동 및 스낵 식품

- PS18 **FURNITURE & APPLIANCES:** 가전제품, 가구, 실내 및 실외 장식
- PS19 **GAMES & ESPORTS:**
- PS20 **GOVERNMENT/POLITICS:** 정보 출처, 채용, 정책 또는 통신 프로그램.
- PS21 **HEALTH & WELLNESS:** 비처방 제품 및 서비스, 건강 및 개인 관리, 건강 교육 및/또는 인식을 홍보하는 캠페인.
- PS22 **PHARMA:** 대상이 되는 의료 전문가, 실무자 또는 환자를 위한 의료 제품 또는 서비스를 위한 캠페인 조건이나 치료법을 설명.
- PS23 **HEALTH: OTC**
- PS24 **HOUSEHOLD PRODUCTS & SERVICES**
- PS25 **MASS TRANSPORTATION:** 기차, 항공, 페리, 지하철, 버스, 전차, 택시, 바이크 셰어, 라이드셰어.
- PS26 **MEDIA & ENTERTAINMENT:** 디지털 스트리밍, 방송, 출판.
- PS27 **NFT'S:** 디지털 자산, 이미지, 비디오, 선물, 수집 가능한 예술, 게임, 오브젝트, 메타버스, 가상세계.
- PS28 **ON DEMAND PRODUCTS & SERVICES:** 온라인 마켓 플레이스, 주문형 운송, 식품 및 식료품 배달 서비스, 식사 키트 서비스.
- PS29 **PERSONAL CARE:** 위생 및 자가 관리, 개인기기 및 개인 전자제품에 대한 항목
- PS30 **PET CARE & HEALTH PRODUCTS:** 음식, 손질 제품 및 건강 보조기구, 액세서리, 장난감.
- PS31 **PROFESSIONAL SERVICES:** 법률, 회계, 기술 지원.
- PS32 **REAL ESTATE:** 상업용이나 주거용
- PS33 **RETAIL STORES & E-COMMERCE:** 모든 소매점이나 이커머서
- PS34 **RESTAURANTS:** 패스트 푸드, 캐주얼 다이닝, 파인 다이닝, 프로모션 및 런칭.
- PS35 **SOFTWARE & APPS:** 소프트웨어, 운영 체제 또는 소프트웨어/앱.
- PS36 **SPORTS PROMOTION:** eSports, 리그 프로모션, 게임 데이, 올림픽, 월드컵, 챔피언십/플레이 오프와 같은 특별 이벤트를 포함한 모든 스포츠.
- PS37 **SPORTS & RECREATION:** 레저 활동을 위한 장비 및 제품
- PS38 **TELECOMMUNICATIONS/INTERNET:**
- PS39 **TRAVEL & TOURISM:** 항공, 크루즈, 리조트, 테마파크, 관광 및 여행 패키지, 예약 서비스.
- PS40 **YOUTH MARKETING AMBIENT:** 어린이, 트윈 및 청소년에게 판매되는 제품 및 서비스.

## AUDIO/RADIO 카테고리 그룹

- ① 비주얼은 시청자의 상상력에 맡기는 대신 사운드 파워를 사용하여 메시지를 전달하는 작품
- ② 라디오광고, 팟캐스트, 스트리밍, 또는 다운로드할 수 있는 오디오 콘텐츠를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

## 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
- AU11 **USE OF ORIGINAL MUSIC**
- AU12 **USE OF LICENSED MUSIC**
- CRAFT**
- AU13 **ACTING/VOICEOVER**
- AU14 **BEST USE OF HUMOR**
- AU15 **MUSIC/SOUND DESIGN**
- AU16 **SCRIPT/COPYWRITING**

## AU17 SOUND/AUDIO MIXING

### PRODUCTS & SERVICES

- AU18 **AUTOMOTIVE:** 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품
- AU19 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- AU20 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감
- AU21 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑
- AU22 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품
- AU23 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- AU24 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품
- AU25 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- AU26 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- AU27 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래
- AU28 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- AU29 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- AU30 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### AVANT-GARDE/INNOVATIVE 카테고리 그룹

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

- 심사기준:**
- 75% IDEA/CONCEPT
  - 25% EXECUTION

### 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 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님
- AG04 **DIGITAL TRANSFORMATIONS:** 새로운 상행위를 바꾸거나 만들기 위해 대단히 크리에이티브하고 창의적, 혁신적, 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 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함
- AG12 **TECHNOLOGY:** 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용

#### BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT 카테고리 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:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**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 이상을 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:** 비디오, 필름 등 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, 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:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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, 자전거 공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 **TRAVEL/LEISURE**로 출품
- BE46 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- BE47 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

## COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS 카테고리 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 카테고리 그룹이나 개별 브랜드 모두에게 성과를 안겨줌

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

## 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

### PRODUCTS & SERVICES

- CP09 **AUTOMOTIVE:** 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품
- CP10 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- CP11 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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 제품

나 서비스와 관련된 작품

- CP15 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- CP16 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 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, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

**COMMERCE AND CREATIVITY 카테고리 그룹: 2023년 신설**

- ① 커머스 채널은 사람과 브랜드를 성장시킬 수 있는 가장 미개척된 창조적 잠재력을 가지고 있다.
- ② 이 카테고리 그룹은 전자 상거래를 통해 구매자/물리적 소매 공간을 가로 질러 개방하는 상거래 주도 아이디어를위한 것입니다.
- ③ 새로운 카테고리 그룹은 고객을 끌어들이고 거래하기 위해 마케팅을 하이브리드로 전환한 것을 축하한다. 추가 정보가 필요함.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**카테고리**

**BEST USE**

- CC01 **AR/VR/MIXED REALITY**
- CC02 **COMMERCIAL PRODUCT DESIGN**
- CC03 **COMPETITIONS & PROMOTIONAL GAMES:** 콘테스트, 경품, 복권
- CC04 **CONVERSATIONAL COMMERCE:** 메시징 서비스, 챗봇, 음성 비서, 고객 지원 등을 사용하여 실시간으로 개인화된 고객 참여를 통해 온라인 쇼핑 경험을 개선

CC05 **CUSTOMER ACQUISITION & RETENTION:** 고객을 유치하거나 유지하고 고객 활동을 장려하며 전반적인 거래 가치를 높이기 위해 고안된 온라인 및 오프라인 작업. 여기에는 프로모션, 대회, 지오 펜싱, 앱 및 소셜 통합 등이 포함되지만 이에 국한되지는 않음.

CC06 **ECOMMERCE DESIGN:** 온라인 커머서 사이트나 앱을 위한 디자인

CC07 **ENTERTAINMENT COMMERCE:** 예기치 않은 파트너십과 브랜드 경험을 통한 업무상 상거래 및 엔터테인먼트 콘텐츠의 원활한 통합. 긴 형식의 콘텐츠, 소매 극장, 게임, 스포츠, 음악, 가상 세계 등이 포함되지만 이에 국한되지는 않음.

CC08 **INNOVATIVE USE OF CHANNEL:** 신규 또는 기존 기술, 플랫폼, 미디어 또는 채널의 창의적인 사용을 입증하는 작품.

CC09 **IN-STORE EXPERIENCE/CUSTOMER RETAIL:** 오프라인 소매 프로모션, 매장 디스플레이, 팝업 스토어 및 이벤트, 제품 샘플링/시험, 한정판 제품 등이 포함되지만 이에 국한되지는 않음.

CC10 **MOBILE ECOMMERCE(MCOMMERCE):** 모바일 플랫폼을 위한 이커머서

CC11 **OMNICHANNEL COMMERCE:** 탁월한 고객 경험과 전환을 제공하기 위해 다양한 디지털 및 물리적 채널을 효과적으로 통합하는 작업

CC12 **PAYMENT SOLUTIONS:** 소프트웨어 및 앱, 블록 체인 기술, cryptocurrencies, nfts, 모바일 지갑 및 보상 프로그램 자동화, 위임된 권한, 하이퍼 편의성 및 주문 버튼을 포함하되 이에 국한되지 않는 지불 솔루션의 창의적인 사용. 초기 단계 기술의 프로토타입은 포함되지 않음

CC13 **POINT OF SALE:** 소비자 접점 및 매장 담보

CC14 **PROMOTIONAL ITEMS:** 브랜드 또는 메시지를 홍보하기 위해 만들어진 유형 항목

CC15 **REAL TIME RETAIL RESPONSE:** 즉각적이고 독창적이며 사고력이 뛰어나고 반응이 빠르며 기술에 대한 투자가 필요한 작업. 즉각적인 데이터 수집, 분석 및 배포를 포함하여 소비자 쇼핑 경험을 개인화함.

CC16 **RETAIL ENVIRONMENT & EXPERIENCE DESIGN**

CC17 **RETAIL PROMOTIONS & COMPETITIONS**

CC18 **SOCIAL COMMERCE:** 소셜 플랫폼을 활용하여 소비자를 참여시키고 비즈니스 결과를 이끌어내는 작품

CC19 **SPECIAL EDITION & PROMOTIONAL PACKAGING DESIGN**

CC20 **SUSTAINABLE COMMERCE:** 책임있는 소비 및 생산, 포장, 경제 모델 (즉 보

충), 환경 친화적인 운송 옵션, 폐기물 관리, 선(善)을 위한 상거래 등을 포함하  
되 이에 국한되지는 않음.

CC21 WEB3 COMMERCE

### PRODUCTS & SERVICES

CC22 AUTOMOTIVE: 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은  
TRANSPORTATION에 출품

CC23 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B: 자체홍보, 사내통신, 채용,  
리브랜딩 등

CC24 DURABLE GOODS: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정  
용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

CC25 FINANCIAL & INVESTMENT: 은행, 투자사, 보험

CC26 FOOD/DRINK/RESTAURANTS: 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

CC27 HEALTHCARE: 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이  
나 서비스와 관련된 작품

CC28 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS: 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

CC29 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS: 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장  
식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타  
소모품

CC30 OTHER: 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를  
이 카테고리 출품하지말 것

CC31 POLITICS & GOVERNMENT: 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

CC32 RETAIL STORES & eCOMMERCE: 모든 소매점 및 전자상거래

CC33 TRANSPORTATION: 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행  
기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

CC34 TRAVEL/LEISURE: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태  
의 여행, 관광, 레저 활동 포함

CC35 UTILITIES: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### DESIGN 카테고리 그룹

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

- 심사기준:
- 50% IDEA/CONCEPT
  - 25% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

### 카테고리

#### BRAND DESIGN

DE01 BRAND DESIGN: 새로운 브랜드나 제품의 출시나 재출시

DE02 BOOKS: 인쇄물이나 디지털

DE03 CALENDARS: 인쇄물이나 디지털

DE04 CORPORATE IDENTITY: 애뉴얼리포트, 카다로그, 모집공고 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 위한 실물 아이템

DE10 PUBLICATIONS: BUSINESS COMMUNICATIONS: 브로슈어, 카다로그, 프레스  
키트, 애뉴얼 리포트 & 정보

DE11 NEW BRAND IDENTITY

DE12 REBRAND IDENTITY

DE13 PUBLICATIONS: EDITORIAL: 잡지, Cover Art, 신문

DE14 SELF-PROMOTION: 간접적인 방법의 회사 판촉물

DE15 LIMITED EDITION/ONE-OFF/SPECIALTY ITEMS

DE16 PACKAGING

DE17 POSTERS

DE18 SMALL BUDGET/BIG IDEA: 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시  
스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

#### CRAFT

DE19 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN: 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되  
는 Art DIRECTION이나 Design

DE20 BEST USE OF HUMOR: 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머

DE21 COPYWRITING

DE22 GRAPHIC DESIGN

DE23 ILLUSTRATION

DE24 OTHER: 심사를 위한 craft 요인을 반드시 명기할 것

DE25 PHOTOGRAPHY

DE26 TYPOGRAPHY

### ENVIRONMENTAL/EXPERIENTIAL DESIGN

DE27 BEST ENVIRONMENTAL/EXPERIENTIAL DESIGN: 위의 카테고리에 맞지 않은 디자인. 이 카테고리 출품작은 Environmental /Experiential Design의 다른 카테고리에는 출품할 수 없음

DE28 eCOMMERCE: 온라인 상업 사이트나 앱을 위한 디자인

DE29 EXHIBITIONS & LIVE EVENTS: 브랜드나 브랜드 메시지를 홍보하기 위한 전시나 라이브 이벤트 디자인

DE30 HOSPITALITY & LEISURE: 브랜드나 브랜드 메시지를 홍보하기 위한 관광이나 레저

DE31 PUBLIC SPACES: 공공장소를 위한 공공장소 디자인

DE32 RETAIL STORES: 임시적, 영구적 디자인 포함

### DIGITAL/MOBILE 카테고리 그룹

① 이 카테고리 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:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

### 카테고리

#### BEST USE

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 향상용 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 개선 또는 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함

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: 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 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 카테고리 그룹**

① 1:1 커뮤니케이션/관계를 만들어 타킷 오디언스에게 브랜드를 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:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**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 스트리밍을 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

DC11 IRL TO VIRTUAL INTEGRATION: 다이렉트 메일에서 디지털 채널로 트래픽을 유도하기 위해 통합된 캠페인

**CRAFT**

DC12 ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN: 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되 는 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 출품

DC21 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

DC22 DURABLE GOODS: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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), 포장 식품, 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/LEISURE**로 출품

DC31 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

DC32 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### FILM 카테고리 그룹

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

이 카테고리는 단순한 케이스 스터디가 아니라 필름이나 심사위원들이 보충자료로 사용할 수 있는 링크를 제출해야 한다.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

### 카테고리

#### BEST USE

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 & cinema요으로 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 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함

FI12 **VIRAL**: 바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품

### PRODUCTS & SERVICES

FI13 **AUTOMOTIVE**: 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 TRANSPORTATION 카테고리 출품

FI14 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

FI15 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 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/LEISURE카테고리에 출품

FI24 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

FI25 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### FILM CRAFT 카테고리 그룹

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

**심사기준:** • **100%** EXECUTION

#### 카테고리

#### FILM CRAFT

FC01 **ACTING**: **ACTING**이나 **CASTING** 한 카테고리만 출품. 양쪽에 같이 출품하지 말 것

FC02 **ANIMATION**

FC03 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN**: 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art DIRECTION이나 Design

FC4 **CASTING**: 작품을 승화시킨 캐스팅의 장점. **CASTING** 이나 **ACTING** 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 카테고리 그룹

- ① 이 카테고리 그룹은 획기적으로 소비자의 신뢰를 얻은 금융광고를 대상으로 함
- ② 이 카테고리 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 카테고리 그룹 수상작은 금융이나 마케팅광고를 사용한 모든 매체를 포함함.

**심사기준:** • **40%** IDEA/CONCEPT  
• **35%** BRAND RELEVANCE  
• **25%** EXECUTION

#### 카테고리

#### BUSINESS TO BUSINESS

FN01 **ACTIVATION & ENGAGEMENT**

FN02 **ANNUAL REPORTS**

FN03 **ACCOUNTING, AUDIT & TAX SERVICES**

FN04 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자기홍보, 내부 커뮤니케이션, 신규모집, 리브랜딩 등

FN05 **EMPLOYEE COMMUNICATIONS**

FN06 **FINANCIAL ADVISERS**

FN07 **FINANCIAL SERVICE PROVIDER**

FN08 **INVESTMENT BANKS**

FN09 **MUTUAL FUNDS**

#### CONSUMER

FN10 **ACCOUNTING, AUDIT & TAX SERVICES**: 소비자용

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 집  
행된 모든 형태의 미디어 광고 포함

FN29 GUERRILLA/ALTERNATIVE MEDIA/LOCATION-BASED MEDIA: PR 스텐트,  
팝업이벤트, 게릴라 마케팅

FN30 OUTDOOR/TRANSIT/OUT-OF-HOME

FN31 SMALL BUDGET/BIG IDEA(<\$100,000USD): USD100,000미만의 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 예상고객  
에게 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

**HEALTHSPAN 카테고리 그룹: 2023년 신설**

① 깨끗한 생활 및 다이어트 라이프 스타일, 피트니스 제품 및 웨어러블, 피트니스 브

랜드 및 교육 플랫폼, 보충, 인간 최적화 및 수명 연장 뿐만 아니라 건강 수명 및  
복지와 관련된 모든 작업

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**카테고리**

**BEST USE**

HS01 MOBILE APP

HS02 AUDIO

HS03 COPYWRITING

HS04 PODCAST SERIES

HS05 FILM

HS06 VR/AR

HS07 PRODUCT INNOVATION

HS08 PRODUCT DESIGN

HS09 PHYSICAL/DIGITAL INTEGRATION

HS10 SOCIAL MEDIA

HS11 UX/UI

HS12 OTHER

**PRODUCTS & SERVICES**

HS13 APPS

HS14 APPAREL/ATHLEISURE - MALE

HS15 APPAREL/ATHLEISURE - FEMALE

HS16 ATHLETIC CENTERS/GYMS/FITNESS SPACES

HS17 COMPETITIONS/RACES - IN-PERSON

HS18 COMPETITIONS/RACES - VIRTUAL

HS19 COMMUNITY BUILDING EVENTS - IN-PERSON

HS20 COMMUNITY BUILDING EVENTS - VIRTUAL

HS21 DIETS/MEAL PLANS/NUTRITION EDUCATION

HS22 FITNESS EQUIPMENT

HS23 FOOTWEAR - MALE

HS24 FOOTWEAR - FEMALE

HS25 MENTAL HEALTH/MEDITATION  
HS26 OTHER  
HS27 OUTDOOR EXERCISE EQUIPMENT  
HS28 REST/RECOVERY/WELLNESS PRODUCTS  
HS29 SUPPLEMENTS  
HS30 WEARABLES/TRACKERS  
HS31 WELLNESS FOODS

**HELL'S KITCHEN 카테고리 그룹(알콜/대마/스포츠 배팅): 2023년 신설**

① 알콜/대마/스포츠 배팅에 관련된 모든 광고

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**카테고리**

**PRODUCTS & SERVICES ALCOHOL**

HA01 BEER  
HA02 MICROBREWERY  
HA03 NON-ALCOHOLIC  
HA04 SPIRITS  
HA05 WINE  
HA06 OTHER

**BEST USE ALCOHOL**

HA07 ACCESSORIES/TECH  
HA08 ACTIVATION/ENGAGEMENT  
HA09 BOTTLE DESIGN  
HA10 CAN DESIGN  
HA11 BRANDING  
HA12 FILM  
HA13 HUMOR  
HA14 LOGO DESIGN  
HA15 MERCH  
HA16 ONLINE

HA17 OUTDOOR  
HA18 PRINT  
HA19 SOCIAL MEDIA  
HA20 SPOKESPERSON/INFLUENCER  
HA21 WEBSITE  
HA22 OTHER

**PRODUCTS & SERVICES CANNABIS**

HC01 FLOWER/HERBAL: Pre-Packed, Pre-Rolls, Strains를 포함하지만 이에 국한되지는 않음  
HC02 EDIBLES: Gummies, Lozenges, Chocolates, Beverages, Baked Goods를 포함하지만 이에 국한되지는 않음  
HC03 TINCTURES & OILS  
HC04 HEALTH & BEAUTY: Rubs, salves, creams, sprays 등  
HC05 VAPES: Pens, Cartridge 시스템을 포함하지만 이에 국한되지는 않음  
HC06 SMOKING ACCESSORIES: Glass, Pipes, Cones, Rolling Papers를 포함하지만 이에 국한되지는 않음

**BEST USE CANNABIS**

HC07 ACCESSORIES/TECH  
HC08 ACTIVATION/ENGAGEMENT  
HC09 BOUTIQUE/ENDORSED BRANDS  
HC10 BRANDING: strains, products and stores를 포함하지만 이에 국한되지는 않음  
HC11 FILM  
HC12 HUMOR  
HC13 LOGO DESIGN  
HC14 MERCH  
HC15 ONLINE  
HC16 OUTDOOR  
HC17 PRINT  
HC18 RETAIL EXPERIENCE: CX, Omnichannel Retail  
HC19 SOCIAL MEDIA  
HC20 SPOKESPERSON/INFLUENCER  
HC21 WEBSITE

HC22 **OTHER:** In-The-Moment, Original, Thinking, Fast Reaction, 그리고 Craft에 대한 투자. 소비자 쇼핑 경험을 개인화하기 위해 데이터의 즉각적인 수집, 분석 및 배포를 포함

### **BEST USE SPORTS BETTING**

HS01 **ACTIVATION/ENGAGEMENT**

HS02 **CROSS - PLATFORM CAMPAIGN**

HS03 **FILM**

HS04 **HUMOR**

HS05 **LOGO DESIGN**

HS06 **MERCH**

HS07 **ONLINE**

HS08 **OUTDOOR**

HS09 **PRINT**

HS10 **SOCIAL MEDIA**

HS11 **SPOKESPERSON/INFLUENCER**

HS12 **OTHER PACKAGING DESIGN**

### **OUTDOOR 카테고리 그룹**

- ① 다양한 미디어를 사용할 수 있으나 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:**

- **40%** IDEA/CONCEPT
- **35%** BRAND RELEVANCE
- **25%** EXECUTION

### **카테고리**

#### **BEST USE**

OU01 **AMBIENT:** 기존과는 다르거나 새로운 아이템이나 장소

OU02 **BILLBOARDS/INSTALLATIONS/POSTERS:** 빌보드, 설치, 포스터의 최상의 사용. 전통적인 유료 미디어 디스플레이

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 일부로서 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님

OU04 **DIGITAL DISPLAYS:** 공공장소에서의 디지털 시설물. 옥외, 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:** 아웃도어 광고나 마케팅을 위한 트랜짓의 최상의 사용

OU13 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되었거나 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 출품

- OU24 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등  
 OU03 **FINANCIAL & INVESTMENT**: 은행, 투자, 보험
- OU25 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공하는 상품. 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 카테고리로 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, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

## PACKAGE & PRODUCT DESIGN 카테고리 그룹

- ① 이 카테고리 그룹은 패키징이나 신제품의 기술이나 제작에 관한 작품
- ② 이 카테고리 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:**
- **50%** EXECUTION
  - **30%** IDEA/CONCEPT
  - **20%** BRAND RELEVANCE

## 카테고리

### BEST USE

- PD01 **BEST NEW GREEN PACKAGE DESIGN**: 지구와 자원을 보호하는데 도움을 주는 환경친화적인 패키지, 재생, 자연분해, 완전분해, 생활용도 포함됨
- PD02 **BEST NEW GREEN PRODUCT DESIGN**: 지구와 자원을 보호하는데 도움을 주는 환경친화적인 제품, 재생, 자연분해, 완전분해, 생활용도 포함됨
- PD03 **INNOVATION**: 앞으로 시작을 이끌어갈 수 있는 획기적이고, 새롭고, 독특하거나 기상천외한 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 출품
- PD16 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

- PD17 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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 카테고리로 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, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

## PRINT 카테고리 그룹

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

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

## 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 출품
- PT18 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- PT19 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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 카테고리로 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/LEISURE**로 출품

PT28 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

### **PUBLIC RELATIONS** 카테고리 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:**
- **40%** IDEA
  - **20%** BRAND RELEVANCE
  - **20%** EXECUTION
  - **20%** RESULTS

### **카테고리**

#### **BEST USE**

PR01 **BRAND LOYALTY:** 브랜드 로열티를 향상시키기 위해 만든 작품

PR02 **COMMUNITY BUILDING:** 브랜드뿐만 아니라 협업을 통해 관계를 향상시키거나 고객을 사로잡거나 공동체의식의 강화를 통해 새로운 가치를 만들어내는 것. 사용자 제작 콘텐츠 포함

PR03 **CELEBRITY/INFLUENCER:** 캠페인의 하나로 유명인/인플루언스를 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 투자등에 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 출품

PR20 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

PR21 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 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, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품

PR26 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 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/LEISURE**로 출품
- PR30 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- PR31 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### PURPOSE 카테고리 그룹

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:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

### 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 위

한 공공서비스 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 카테고리 그룹

- 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

- 심사기준:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

### 카테고리

#### PRODUCTS & SERVICES

BW01 PUSHING CULTURE

### SMALL AGENCY 카테고리 그룹

- 심사기준:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

### 카테고리

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

- 심사기준:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

## 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 FILM CRAFT

SA11 OUTDOOR

SA12 PACKAGE & PRODUCT DESIGN

SA13 PRINT

SA14 PUBLIC RELATIONS

SA15 **PUSHING CULTURE:** 위험을 무릅쓰고, 용감하고, 두려움이 없고, 대담한 소규모 대행사. 그 개념은 승인 과정이나 광고주로 인해 거부될 수도 있었지만 용감한 선택이 그것을 가능하게 함. 심사위원을 위한 설명서에 왜 이 아이디어가 상을 탈 만한 자격이 있는지 자세히 설명해야 함.

SA16 **WORK WITH PURPOSE:** 목적을 염두에두고 만든 소규모 대행사 광고

SA17 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

### PRODUCTS & SERVICES

SA18 AUTOMOTIVE

SA19 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

SA20 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

SA21 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

SA22 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

SA23 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

SA24 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 기타 소모품

SA25 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것

SA26 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

SA27 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래

SA28 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 **TRAVEL/LEISURE**로 출품

SA29 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

SA30 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

## SOCIAL MEDIA & INFLUENCER 카테고리 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 참여도를 증대시키기 위한 페이스북, 인스타그램, 트위터, 인플루언스 등을 통한 마케팅 활동도 포함됨

**심사기준:**

- 40% IDEA/CONCEPT
- 35% BRAND RELEVANCE
- 25% EXECUTION

## 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 개선되었거나 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

SM12 **GRAPHIC DESIGN**

SM13 **VIDEO**

SM14 **ANIMATION**

SM15 **STORYTELLING**

SM16 **COMMUNITY ENGAGEMENT:** 소셜 미디어 캠페인에서 정교한 내러티브를 가장 잘 활용하여 이야기를 전달하고 청중을 활성화 또는 참여시킬 것.

SM17 **COMMUNITY ACTIVATION:** 소셜 미디어 콘텐츠 및 활동은 브랜드 인지도, 참여 및 판매를 유도하기 위해 특정 온라인 커뮤니티에 참여하고 활성화하는 것을 의미.

**PLATFORM**

SM18 **FACEBOOK**

SM19 **INSTAGRAM**

SM20 **LINKEDIN**

SM21 **OTHER PLATFORM**

SM22 **SNAPCHAT**

SM23 **TIKTOK**

SM24 **TWITTER**

SM25 **YOUTUBE**

**SPORTS 카테고리 그룹**

① 브랜드가 운동 장비나 팀, 또는 리그에서 사용되었든 스포츠팬을 위한 마케팅 노력으로 사용되었든 간에 뛰어난 스포츠 광고를 선정함

② 스포츠 이벤트 프로모션, 슈퍼볼 광고, 운동선수 광고도 포함됨

- 심사기준:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

**카테고리**

**BEST USE**

SP01 **CELEBRITY/ATHLETE/INFLUENCER:** 타깃 오디언스와 연결하기 위한 유명인/운동선수/인플루언스와의 협업이나 파트너십

SP02 **CHAMPIONSHIP EVENT AD:** 올림픽, 월드컵, 월드컵, 월드컵, 월드컵 등과 같은 챔피언십 이벤트 광고

SP03 **COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS:** 브랜드, 운동선수, 팀, 대회, 운영주체나 협회 간의 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 일부로서 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 관련 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 투자등에 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 최상의 협력

SP19 **VR/AR:** 가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것

SP20 **FIFA WORLD CUP**

### 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 카테고리 그룹

- ① 2021.1.1.에서 2022.5.1. 사이에 런칭한 스타트업을 대상으로 함
- ② 이 카테고리 그룹 출품작의 출품조건은 다른 카테고리 그룹과 동일함

- 심사기준:**
- 40% IDEA/CONCEPT
  - 35% BRAND RELEVANCE
  - 25% EXECUTION

### 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 **FILM CRAFT**

SU11 **OUTDOOR**

SU12 **PACKAGE & PRODUCT DESIGN**

SU13 **PRINT**

SU14 **PUBLIC RELATIONS**

SU15 **PUSHING CULTURE:** 위험을 무릅쓰고, 용감하고, 두려움이 없는 스타트업 광고. 그 개념은 승인 과정이나 광고주로 인해 거부될 수도 있었지만 용감한 선택이 그것을 가능하게 함. 심사위원을 위한 설명서에 왜 이 아이디어가 상을 탈만한 자격이 있는지 자세히 설명해야 함.

SU16 **WORK WITH PURPOSE:** 목적을 염두에두고 만든 스타트업 광고

SU17 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

#### PRODUCTS & SERVICES

SU18 **AUTOMOTIVE**

SU19 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

SU20 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

SU21 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

SU22 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

- SU23 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- SU24 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품
- SU25 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- SU26 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- SU27 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래
- SU28 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- SU29 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- SU30 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

### STUDENT 카테고리 그룹

- ① 젊은 눈으로 바라보면 광고를 완전히 새롭게 관찰할 수 있음.
- ② 학생 카테고리 그룹은 차세대 광고를 이끌어갈 대가를 위한 것으로, 우리가 이전에 보지 못했고 앞으로 볼 수 없는 새로운 방법으로 사물을 보는 능력을 높이 평가함.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

### 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**

#### MEDIUM

- ST23 **AUDIO/RADIO**
- 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 AWARD그룹

- ① 이 카테고리 수상작품은 보다 다양하고 평등하고 차별이 없는 사회를 만들기 위해 의미있는 조치를 취한 개인이나 조직에게 주는 상

- ② 아울러 다양성, 평등, 무차별 세 기둥은, 우리 사회가 역사적으로 소수그룹들이 매일 겪어오고 있는 오래묵은 조직적인 부당한 행위를 해결하는데 도움을 줄 수 있음
  - **DIVERSITY**는 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
  - **EQUITY**는 편견이나 편애로부터의 공정, 기회 균등, 자유를 의미한다
  - **INCLUSION**는 역사상 배척받아오고 있는 수용자와 관행을 위한 실천이다
- ③ The 3D Awards는 역사상 소수그룹을 위해 지원하고 보호하고 대변하고 향상시켜 주는 작품에게 수여됨
- 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 카테고리 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.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

#### 카테고리

##### THE 3D DE&I AWARD

D01 **3D DE&I WORK AWARD:** 다양성, 형평성, 포용성을 증진하고 넘어서기 위해 진행된 작품. Entry PDF를 다운로드한 후, 출품사이트에서 PDF 자료를 완성한 후 업로드할 것.

D02 **THE 3D DE&I AGENCY OF THE YEAR AWARD:** Entry PDF를 다운로드한 후, 출품사이트에서 PDF 자료를 완성한 후 업로드할 것.

##### THE 3DE+I PERSON OF THE YEAR AWARD

P01 **THE 3D DE&I PERSON OF THE YEAR AWARD:** 출품료 없음

#### THE FUTURE NOW 카테고리 그룹

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

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

#### 카테고리

##### BEST USE

- F01 **ALTERED REALITY:** 새롭고 의미있는 방법으로 브랜드에 참여시키기 위한 증강 현실, 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 블록체인을 사용한 브랜드들
- F04 **GENERATIVE CREATIVE:** 5년 전에는 존재하지 않았던 AI활용, 기계학습, 데이터가 만들어내는 크리에이티브 경험
- F05 **AI & ML EXPERIENCES**
- F06 **AI GENERATED/AUGMENTED AUDIO**
- F07 **AI TARGETING**
- F08 **AI DATA**
- F09 **AI FOR DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION**
- F10 **AI FOR DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION**
- F11 **VR, AR & MR**
- F12 **GAMING**
- F13 **BIOTECH (AS A NOD TO NEXT GEN HEALTH?)**
- F14 **NFT PROJECT**
- F15 **WEB3**

## F16 VIRTUAL PRODUCTION

### PRODUCT & SERVICE ADVERTISING

## F17 CRYPTO ADVERTISING

## F18 ROBOTICS

F19 **CRYPTO**: 암호통화 서비스업의 경우, 암호통화 플랫폼, 암호화폐/블록체인통화 교육 프로그램 등

F20 **SHOW US YOUR STACK**: 이 카테고리에서 우리는 대한 대행사가 이룩한 브랜드에 대한 기술의 가장 가치 있고 혁신적인 적용을 찾음. 사례 연구에서, 우리에게 이야기를 말하고, 이 사용이 획기적인 이유를 보여주지만, 사용한 기술 세부 사항, 시스템 및 데이터 세트를 제공할 것. 이 카테고리 출품작들은 누적된 미래의 역량으로 우리를 안내해야 하며, 향후 몇 년 동안 전문가가 될 수 있는 역량을 보여주어야 함.

## THE G100 INSPIRATION AWARD 카테고리 그룹

● NGO만 이 카테고리 그룹에 출품할 수 있습니다

● 이 부문 출품료는 자선단체에 기부될 예정임

- ① NYFA는 The Genius 100 Foundation과의 파트너십을 지속하게 된 것을 자랑스럽게 생각한다.
- ② 올해, 우리는 천재적인 정신으로 행해진 일을 기리기 위해 세 가지 새로운 분야를 추가했다.
- ③ NGO 작품은 이 4개 부문에서 허용된다.G100 심사위원들이 수상작을 결정한다.

**심사기준:**

- **40%** IDEA/CONCEPT
- **35%** BRAND RELEVANCE
- **25%** EXECUTION

### 카테고리

#### THE G100 INSPIRATION AWARD

G01 **THE G100 INSPIRATION AWARD**: 이 카테고리 출품작은 창의적일 뿐만 아니라, 영향력을 창출하기 위한 행동을 고무시키는 형언할 수 없는 천재성을 가지고 있음. 믿을 수 없는 Genius 100 카테고리그룹의 3명의 심사위원에게 출품사는 자신의 노력의 목표, 전략, 전술 및 결과를 보여 주어야 합니다. 가장 고무적이고 영향력 있는 한 출품작에게 이 권위있는 상이 주어짐

G02 **GENIUS PRODUCT OF THE YEAR**: 이 상은 올해에 가장 독특하고 영향력있고

영감을 주는 GENIUS PRODUCT를 작품에게 수여됨. 대중이 이용할 수 있는 제품임으로 출품해야 함. 개발 단계의 컨셉이나 베타 제품이라면 The G100 IDEA OF THE YEAR 카테고리로 출품할 것.

G03 **GENIUS IDEA OF THE YEAR**: 이 상은 가장 독특하고 영향력있고 영감을 주는 GENIUS IDE를 개발 및 전시한 단체에게 수여됨. 아이디어를 보여주기 위해, 출품사는 공공 소비를 위해 아이디어를 보여주는 창조적인 제품을 생산해야 함.

G04 **G100 LIMITLESS**:

## THE NEW YORK CITY AWARD 카테고리 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

## THE NYF AUTO SHOW 카테고리 그룹: 2023년 신설(INNOCEAN USA 후원)

- ① 가장 중요한 글로벌 자동차 쇼 중 하나를 호스팅하는 NYC의 오랜 역사를 기념하는, 이 카테고리 그룹은 독특하고 끊임없이 변화하는 자동차 광고 영역을 축하하기 위한 것
- ② 자동차 산업이 엄청난 혼란을 겪으면서, 대행사의 역할이 변화하고 있으며, 이 카테고리 그룹은 우위를 추구하고 새로운 영역을 개척하며 속도 제한을 깨는 그들의 능력을 존중한다.

**심사기준:**

- **40%** IDEA/CONCEPT
- **35%** BRAND RELEVANCE
- **25%** EXECUTION

### 카테고리

#### BEST USE

AS01 **BRANDED CONTENT**

AS02 **BRAND PARTNERSHIP**

AS03 **ENDORSEMENT**

- AS04 EVENTS + STUNTS
- AS05 EXHIBITIONS + INSTALLATIONS
- AS06 INNOVATION
- AS07 SMALL BUDGET/BIG IDEA
- AS08 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND
- AS09 USE OF DATA
- AS10 USER-GENERATED CONTENT

**DISCIPLINE**

- AS11 AUDIO/RADIO
- AS12 BRANDING
- AS13 DIGITAL/MOBILE
- AS14 FILM - CINEMA/TV
- AS15 FILM-ONLINE
- AS16 OUTDOOR
- AS17 PRINT
- AS18 SOCIAL MEDIA
- AS19 WEBSITE

**TYPE**

- AS20 **CHALLENGER BRAND:** 시장 리더가 아닌 브랜드가 도전하거나, 도전장을 던지거나, 인지도를 높이거나, 게임을 재구성하거나, 최고의 자리를 차지하기 위해 제작된 작품.
- AS21 **LUXURY BRAND:** 럭셔리 브랜드는 높은 수준의 상징적 가치를 고객에게 제공하는 고품질, 명성 및 비용으로 유명. 이 카테고리는 프리미엄 자동차가 잠재 고객에게 이러한 독점적인 자동차에 대해 유혹하고, 참여하고, 즐겁게하고, 교육하기 위해 제작된 작품
- AS22 **FUTURE OF TRANSPORTATION:** 자동차가 네 바퀴의 더욱 강력한 컴퓨터가 되고, 교통수단의 필요성이 진화함에 따라, 이 카테고리 출품작은 우리를 미래로 향하게 할 뿐만 아니라 앞으로 일어날 일을 엿볼 수 있는 최첨단 추적, 혁신적인 내용을 담은 작품
- AS23 DESIGN+TECHNOLOGY

**NYF'IN FUNNY 카테고리 그룹: 2023년 신설**

The NYF'IN FUNNY category group is for work that cuts like a spork, and brings us together through tears and an underwear change or just makes you say "WTF?!". In this category group, all that matters is the funny.

- ① 이 카테고리 출품작은 포커 겸용 스푼으로 자르거나 눈물과 속옷교환을 통해 우리를 멍치게 하거나 "WTF"라고 말하게 만든 작품을
- ② 이 카테고리 그룹에서 중요한 것은 웃기는 것 뿐.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

**카테고리**

**BEST USE**

- EF01 ACTOR(S)
- EF02 AUDIO ADVERTISEMENT
- EF03 AVANTE-GARDE/INNOVATIVE
- EF04 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT-AUDIO PROGRAM/PODCAST
- EF05 BRANDEDCONTENT/ENTERTAINMENT-FILM/VIDEO
- EF06 COPYWRITING
- EF07 FILM/VIDEO > :60
- EF08 FILM/VIDEO < :60
- EF09 PRINT
- EF10 PRODUCT/PACKAGING/LIMITED EDITION
- EF11 OUTDOOR
- EF12 REAL-TIME RESPONSE
- EF13 SOCIAL MEDIA CAMPAIGN
- EF14 WTF?!??: 사람들한테 "What the F?!"이라고 말하게 만드는 작품
- EF15 JOY IN PURPOSE

**THE YOUNGEST TALENT 카테고리 그룹: 2023년 신설**

- ① 대행사에서 30세 미만이거나 광고에서 3년 미만의 경력을 가진 젊은 크리에이터 또는 팀이 수행한 작업.

- ② 모두가 주니어이기는 하지만, 그들의 작품은 결코 주니어가 아니다.
- ③ 작품과 함께, NYFA에서 우승 작품 뒤에 사람들을 스포트라이트 할 수 있도록, 개인/팀의 사진과 바이오 및 그들이 어떻게 최고의 작품을 만들기 위해 노력해 왔는지를 pdf로 제출.

- 심사기준:**
- **40%** IDEA/CONCEPT
  - **35%** BRAND RELEVANCE
  - **25%** EXECUTION

## 카테고리

- YT01 AUDIO
- YT02 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT
- YT03 AVANTE-GARDE/INNOVATIVE
- YT04 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT
- YT05 COPYWRITING
- YT06 FILM/VIDEO > :60
- YT07 FILM/VIDEO < :60
- YT08 PRINT
- YT09 PRODUCT/PACKAGING/LIMITED EDITION
- YT10 OUTDOOR
- YT11 REAL-TIME RESPONSE
- YT12 SOCIAL MEDIA CAMPAIGN
- YT13 OTHER