

2023 런던국제광고제(LIA) 출품 요강

가. 2023 런던국제광고제 주요 일정

- ① 출품사이트 오픈: 2023년 4월
- ② 3차 출품마감: 2023년 8월 17일(목)
- ③ 라스베가스 심사: 2023년 10월 7일~10월 15일
- ④ 수상작 발표: 2023년 11월 8일

나. 출품부문 및 출품료 LATE FEE, Upload 비용 없음

(단위: US\$)

부문Media(싱글/캠페인)	출품료	
	Single	Campaign
AMBIENT &ACTIVATION (33)	725	
BILLBOARD (34/8)	695	825
BRANDED ENTERTAINMENT (22/3)	1,150	1,500
CREATIVE USE OF DATA (7)	725	
CREATIVITY IN BUSINESS-TO-BUSINESS (13)	725	
CREATIVE IN PR (28)	725	
CREATIVITY IN THE METAVERSE (11)	1,000	
DESIGN (39/12)	550	650
DIGITAL (54)	725	
EVOLUTION (11)	1,150	
HEALTH & WELLNESS (18/16)	775	1,000
HEALTH & WELLNESS - CRAFT (12/12)	675	875
INTEGRATION (35)	1,000	
MUSIC & SOUND (9)	450	
MUSIC VIDEO (8)	425	
NON-TRADITIONAL (40)	825	
ONLINE FILM (37/3)	750	1,000
PACKAGE DESIGN (29)	450	
PHARMA & MEDICAL (23/23)	775	1,000

PHARMA & MEDICAL - CRAFT (12/12)	675	875
POSTER (32/9)	695	825
PRINT (33/9)	695	825
PRODUCTION & POST-PRODUCTION (10/7)	525	650
RADIO & AUDIO (42/3)	450	525
TRANSFORMATIVE BUSINESS IMPACT (14)	1,150	
TV/CINEMA (36/3)	750	1,000
USE OF SOCIAL MEDIA &INFLUENCERS (45)	725	

- ① 출품료는 출품완료후 7일 이내 결제해야하며, 환불되지 않음
- ② LATE FEE는 절대 부과되지 않음
- ③ 대금결제: 신용카드(Visa, Master, American Express), 송금, 직접지불(ACH), 미국회사만 수표 받음
- ④ 신용카드(Visa, Master, American Express)로 결제: 수수료 4% 출품자 부담
- ⑤ 은행송금: 인보이스당 \$25 수수료 부과됨
- ⑥ 결제를 은행송금으로 선택한 경우, 은행정보가 들어있는 인보이스를 받게됨
- ⑦ 출품을 완료하면 출품시 등록된 이메일로 인보이스가 발행됨

다. 출품자격 ELIGIBILITY

- ① 광고주의 허락을 받은 후 2022년 7월 1일~2023년 8월 31일 사이에 노출(방송, 출판, 배포)된 작품
 - ㉠ 모든 출품작은 출품 부문/카테고리에 상관없이, Logos, Trademarks, Copy Marks가 들어있는 노출(방송, 출판, 출시 등)된 것과 동일한 작품으로 출품해야 함.
 - ㉡ 출품용으로 만들어진 작품은 자격이 없음.
 - ㉢ 심사위원들의 요청이 있을 경우, 출품자는 출품작의 자격을 입증할 수 있는 서면자료를 제출해야 함.
 - ㉣ 최종마감일까지 출품을 완료하지 않은 출품작은 출품사이트에서 자동으로 삭제됨
- ② 자격있는 출품작의 크리에이티브 과정과 관련된 모든 기업/개인들은 출품할 수 있음. 대부분의 작업들이 협력해서 이루어지며 잠재적으로는 한 개 이상의 기업들이 만들어지기 때문에, LIA에서는 작업과 관련된 모든 기업들이 출품할 수 있게 하고 있음. 여러 회사들이 출품할 수 있는 원칙은 아래와 같음.
 - ㉠ 출품료는 출품회사로 기재한 하나의 출품자(하나의 사무소나 도시)에게만 권한이 부여됨

- ㉔ 1개 출품작에 하나 이상의 공동작업에 참여한 회사/사무실 등이 출품사로서의 홍보와 수상을 원할 경우에는, 관련사는 따로따로 출품료를 내고 출품해야 함.
- ㉕ 1개 회사에서 출품하며 LIA시스템에 제작과 관련된 회사, 도시, 스텝 등을 올린 경우, 수상작은 출품사에 주어지며 기타 시스템에 올려진 관련사/스텝은 LIA스토어에서 상을 구매할 수 있음.

라. 출품사이트: https://www.liaentries.com/login/login_form.cfm

신규출품자는 새로 회원으로 가입 후 출품해야 함

마. 크리에이티브 순위 CREATIVE RANKINGS

- ⑤ LIA 수상작은 다음에 포함되어 있지만 그것에 국한되어 있지는 않음: WARC, Campaign Brief, Campaign Brief Asia, ADC Germany, The Drum, Horizont, Adobo Magazine, MedAdNews. 그리고 독립적으로 그리고 공정하게 창조적 우수성을 평가하고 있는 다른 많은 지역이나 지역 크리에이티브 순위에도 포함됨.
- ⑥ 이 순위는 최고 중의 최고를 반영하며 업계에서 창의적인 벤치 마크로 사용되고 있음

바. 크리에이티브 크레딧 CREATIVE CREDITS

- ① 출품작과 관련된 모든 크레딧은 출품을 완료하기 전에 입력할 것.
- ② Of The Year Awards는 회사 크레딧에 기록된 자료를 기준으로 계산됨. 출품사가 소재한 도시 입력할 것. LIA에서는 출품회사는 집계에 포함시키지 않음.
- ③ 제출한 자료를 수정할 경우 출품작당 추가비용 USD\$200이 청구됨
- ④ Case Study 크레딧은 LIA에서는 인정하지 않음. 어떤 경우든 Case Study 크레딧은 삭제됨.

사. 케이스 스터디 출품시 WHEN ENTERING A CASE STUDY

- ① 케이스 스터디는 심사위원에게 현장에서의 모습을 분명하게 보여줄 것
- ② 작품의 핵심아이디어를 나타내기 위해 컨셉과 주요 요소를 어떻게 표현했는지를 확실히 설명할 것
- ③ 3분을 넘기지 말 것
- ④ 나레이션은 영어나 영어자막을 넣을 것
- ⑤ 케이스 스터디에는 반드시 로열티가 없는 음악을 사용할 것
- ⑥ 심사가 시작되면 부문을 변경할 수 없음

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

- ① 특정한 음악을 사용한 케이스 스터디가 쇼트리스트 이상을 수상을 할 경우에는 자동적

으로 LIA 쇼트리스트/수상작 사이트에 올려짐

- ② 음악저작권 때문에 LIA에 출품작 교체를 요청할 경우 수수료 USD \$500이 부과됨
- ③ Branded Entertainment 부문 출품작의 경우, Case Study 비디오의 음악을 실제 집행된 출품작에서 사용되지 않은 외부음악을 사용하지 말 것. 작품에 사용되지 않은 외부음악을 사용한 출품작은 자격이 박탈됨. 자격이 박탈된 출품작의 출품료는 반납되지 않음.

자. 음악에 대한 법적 배상 LEGAL INDEMNIFICATION FOR MUSIC

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

차. 심사위원 및 심사절차 Juries & How We Judge

우리의 심사위원들을 대단하게 선택된 자들임. 모든 심사위원들은 평범함을 넘어서고 영역을 허물며 산업을 앞으로 나아가게 하는 창의적인 솔루션과 실행을 보여주는 일을 하고 있음. 심사위원장과 심사위원은 업계지뿐만 아니라 본인들의 전공 분야에서 지속적으로 언급되고 있는 수상 경력이 있는 대단히 인지도가 높은 개인들로, 그들은 떠오르는 스타들인 업계 베테랑들임. LIA에서는 심사 패널을 선정할 때, 우리는 각 패널이 현재의 DE&I 표준을

충족하고 지역, 회사, 회사 유형, 네트워크 및/또는 지주 회사에 대해 전 세계적으로 대표되도록 노력하고 있음.

- ① 모든 심사는 심사위원 모두가 참가한 현장에서 이루어짐.
모든 심사위원들은 본인이 심사하는 부문의 모든 출품작을 모두 봐야 하며, 모든 심사 단계에 반드시 참석해야 함. 모든 LIA 심사는 라스베가스 현장에서 이루어짐. 사전심사는 없음.
- ② 심사위원들의 결정에 할당량은 없음
심사위원들이 Grand LIA, 금상, 은상, 동상, 파이널리스트를 완전히 결정하고 있음. 심사가 끝나면 모든 심사위원들은 심사결과 전체를 알 수 있음.
- ③ 완벽한 투명성
 - ㉞ LIA는 수상 결정 토론을 포함하여, 심사하는 동안의 심사룸이 언론, 글로벌 우수팀, 영 크리에이터들에게 완전히 개방되어 있는 유일한 상.
 - ㉟ LIA는 심사위원들이 직접 만든 작품이나 전세계의 관련 사무실에서 출품된 모든 작품에 대해서는 투표를 하지 못하게 하고 있음

카. 대상 Grand LIA

- ① 모든 심사위원들은 의무사항은 아니지만 관련있는 Grand LIA와 Public Service / Charity / NGO Grand LIA에 관한 재량권을 갖고 있음.
- ② Grand LIA 각 부문에서 금상 이상을 받은 작품이 수상할 수 있음

타. 올해의 상 Of The Year

- ① LIA에서는 Global of the Year Awards와 Regional of the Year Awards를 시상하고 있음. 이 상들은 모든 부문에 걸쳐 수상자들에게 부여되어 있는 점수 시스템을 기준으로 결정됨. Case Films의 크레디트는 산정하지 않음
- ② 출품시 크리에이티브 크레디트에 기록된 모든 회사들은 출품사와 상관없이 점수를 받음. 만약 크레디트 항목을 작성할 때 하나 이상의 회사를 기록한 경우, 회사수로 나눠 점수를 동등하게 부여함. 만약 한 회사사 두 개의 다른 도시를 기록한 경우, 점수는 두 도시로 분할되어 주어짐.
- ③ 각 개별 사무실은 점수를 받는 동시에 네트워크 점수에도 기여함. 네트워크는 에이전시 우산으로 정의(Ogilvy, FCB, Dentsu, BBDO 등은 모두 개별 네트워크로 간주됨). 지주회사를 위한 포인트는 계산하지 않음. 우리는 모든 네트워크이 우리에게 제공하는 우산 아래에 있는 모든 회사의 전체 및 현재 목록을 기준으로 함.

Global 'Of The Year':

올해의 글로벌 수상회사는 Grand LIA, Gold, Silver 또는 Bronze 중 최소 3개 이상의 상을 수상해야 함. 이 상은 다음을 포함하지만 이에 국한되지는 않음.

Network: 네트워크 회사들의 수상작들이 적절한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Client: 모든 출품 부문에서 수상작들이 받은 광고주로 적립된 점수

Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft를 제외한 부문의 수상작들이 대행사로 받은 점수

Independent Network: 독립네트워크 회사들의 수상작들이 적절한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Independent Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft를 제외한 부문의 수상작들이 독립대행사로 받은 점수

Health & Pharma Network: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft 부문에서 네트워크 내의 헬스 관련 대행사들이 적절한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Health Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft 부문에서 헬스관련 대행사가 적절한 점수

Pharma Agency: Pharma & Medical과 Pharma & Medical - Craft 부문에서 헬스관련 대행사가 적절한 점수

Independent Health & Pharma Network: the Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft, Pharma & Medical - Craft부문에서 독립네트워크 내의 헬스관련 독립헬스대행사들이 적절한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Independent Health Agency: Health & Wellness, Health & Wellness - Craft 부문에서 독립헬스대행사가 적절한 점수.

Independent Pharma Agency: Pharma & Medical과 Pharma & Medical - Craft 부문에서 독립헬스대행사가 적절한 점수

In-House Company: 모든 경쟁 부문에서 인하우스 회사들의 수상작들이 적절한 점수.

Design Company: 디자인, 패키지디자인 부문 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 디자인 회사

Production Company: 모든 경쟁 부문의 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 프로덕

션 컴퍼니.

Post-Production: 모든 경쟁 부문 수상작 중에서 Post-Production House, Visual Effects Company, Animation Company, etc. 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사

Music & Sound Company: Music Production Company나 Sound Design Company 중에서 Music & Sound competition, Music and Sound sub-categories in Digital; Health & Wellness - Craft; Pharma & Medical - Craft; Radio & Audio, Use of Social Media & Influencers 부문에서 가장 높은 점수를 받은 회사

Radio & Audio Company: Radio & Audio 부문 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사

Regional 'Of The Year':

- 지역구분: 아시아, 호주/뉴질랜드, 유럽, 중동/아프리카, 북미, 남미
- 올해의 글로벌 수상회사는 Grand LIA, Gold, Silver 또는 Bronze 중 최소 3개 이상의 상을 수상해야 함. 이 상은 다음을 포함하지만 이에 국한되지는 않음.

Network: 네트워크 회사들의 수상작들이 적합한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft를 제외한 부문의 수상작들이 대행사로 받은 점수

Independent Network: 독립네트워크 회사들의 수상작들이 적합한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Independent Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft를 제외한 부문의 수상작들이 독립대행사로 받은 점수

Health & Pharma Network: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft 부문에서 네트워크 내의 헬스 관련 대행사들이 적합한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Health Agency: Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft or Pharma & Medical - Craft 부문에서 헬스관련 대행사가 적합한 점수

Pharma Agency: Pharma & Medical과 Pharma & Medical - Craft 부문에서 헬스관련 대행사가 적합한 점수

Independent Health & Pharma Network: the Health & Wellness, Pharma & Medical, Health & Wellness - Craft, Pharma & Medical - Craft부문에서 독립네트워크

내의 헬스관련 독립헬스대행사들이 적합한 점수. 여러 사무실에서 수상점수를 받아야 함.

Independent Health Agency: Health & Wellness, Health & Wellness - Craft 부문에서 독립헬스대행사가 적합한 점수.

Independent Pharma Agency: Pharma & Medical과 Pharma & Medical - Craft 부문에서 독립헬스대행사가 적합한 점수

In-House Company: 모든 경쟁 부문에서 인하우스 회사들의 수상작들이 적합한 점수.

Design Company: 디자인, 패키지디자인 부문 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 디자인 회사

Production Company: 모든 경쟁 부문의 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 프로덕션 컴퍼니.

Post-Production: 모든 경쟁 부문 수상작 중에서 Post-Production House, Visual Effects Company, Animation Company, etc. 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사

Music & Sound Company: Music Production Company나 Sound Design Company 중에서 Music & Sound competition, Music and Sound sub-categories in Digital; Health & Wellness - Craft; Pharma & Medical - Craft; Radio & Audio, Use of Social Media & Influencers 부문에서 가장 높은 점수를 받은 회사

Radio & Audio Company: Radio & Audio 부문 수상작 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사

파. 출품작 발송 *Shipping Physical Material*

- ① Design과 Package Design 카테고리 출품작만 실물 접수
- ② 실물은 door-to-door 운송서비스를 이용하여 아래 주소로 보낼 것
London International Awards
2 Bay Club Drive / Suite 3J
Bayside, NY 11360
UNITED STATES
Attn: LIA Entry Processing
Telephone: +1 516 931 1050
- ③ 실물배송관련 지침
 - ㉞ 실물을 보낼 때, Entry Form(s) 사본을 반드시 동봉할 것
 - ㉟ 양식을 실물을 랩으로 싸거나 붙여서 보내지 말 것. 양식은 평평한 봉투에 넣어서

보낼 것

- ㉔ 미국 이외의 나라에서 실물을 보낼 때는, 포장 외부에 Customs Declaration를 부착할 것
- ㉕ Customs Declaration에는 보내는 상품이 'NO COMMERCIAL VALUE', 'CONTEST MATERIAL', 'NOT FOR RESALE'을 기재할 것. 물건 가격은 \$5.00 U.S.을 넘지않게 할 것
- ㉖ US Customs은 알콜 수입을 금지하고 있음. 완전한 병으로 보낼 때는 'Not For Human Consumption'을 반드시 기록할 것. 만약 포장지의 모양을 변화시키지 않는다면, 빈 병이나 색이 들어간 물을 넣어서 보낼 것.

하. 출품대행

- ① 대행료: 작품당 20만원
- ② 출품대행료는 우리 협회를 통해 대행할 경우에만 발생.
- ③ 런던광고제에서는 출품사의 정보 관리를 위해 출품사에서 온라인을 통해 직접 출품하기를 원하니, 가능하다면 직접 출품하시기 바랍니다.
- ④ 출품문의: 배석봉 LIA한국대표 전화(02-2144-0741) 이메일(baeseongbong@gmail.com)

공동으로 적용되는 출품작 업로드 스펙

● 출품자격

- 2022년 7월 1일~2023년 8월 31일 사이에 상업적 환경에서 노출된 작품
- 모든 출품작은 출품 부문/카테고리에 상관없이 Logos, Trademarks, Copy Marks가 포함되어 방송, 출판, 출시된 것과 동일한 작품을 제출해야 함.
- 출품용으로 작품을 변경하면 안됨
- 출품사 필드에 둘 이상의 회사를 나열하는 경우, 출품료는 따로따로 내야합니다. LIA는 추가 출품료에 대한 송장을 출품사에 송장을 발송함.

● 캠페인 출품작

- 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것
- 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

● Specs for JPEG uploads(파일크기: 최대 6MB)

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

● Specs for MOV/MP4 uploads(파일크기: 최대 1GB)

- 해상도:
 - Standard Definition Source Material minimum: 720 x 480
 - High Definition Source Material: 1920 x 1080
 - Frame Rate: Original Frame Rate (23.98, 24, 25, 29.97, 50, 59.94, 60)
- Codec: H264 or Mpeg4, Best Quality
- Data Rate: Minimum 5,000kbps / Maximum 10,000kbps
- Sound: AAC 48KHz

● Specs for MP3 uploads(파일크기: 최대 3MB)

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

● URL

- 심사위원들이 전체 작품을 볼 수 있는 URL을 제출할 것. URL은 심사위원들이 Case Study를 보고난 후, 전체 작품을 선택할 경우에만 봄.
- 필요하면 사용자 이름과 패스워드도 함께 제출할 것
- 심사용 URL은 2022년 12월 31일까지 활성화되어야함

● Case Study

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

출품부문 Media

Ambient & Activation 부문

- 출품대상: experience design, activation, immersive consumer engagement
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG. **실물 받지 않음**

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories:

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Corporate Image: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

Direct Marketing - Consumer

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터

테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

BILLBOARD 부문

○ 출품대상: 옥외에 집행된 대형 포맷. Static, 인터랙티브, 디지털 빌보드

○ 파일 제출 양식: JPEG, MOV, MP4. **실물 받지 않음**

· 현장의 모습을 보여주는 1장의 JPEG 첨부할 것

· Static Billboards: JPEG

· Interactive/Digital Billboards: MOV, MP4

○ 캠페인 출품작

· 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것

· 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선

단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories: 출품작당 1작품

Art Direction

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Image: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Innovative Use of Billboard: 반드시 비디오나 케이스 스테디로 제출

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

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability: 환경, 지역사회 또는 사회에 미칠 수 있는 효과의 중요성을 강조하는 의사소통을 담은 광고

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Art Direction Campaign

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스 Campaign

Consumer Campaign

Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT 부문

○ 브랜드 마케팅 전략에 의해 지원되고 보완되는 엔터테인먼트 기반 비클. Branded Entertainment는 브랜드의 독창성, 포지셔닝 및 마케팅 목표를 염두에 두고 제작된 모든 콘텐츠(대본공연이나 즉흥공연, 코미디 또는 드라마, 시리즈 또는 단편)를 포함함. 이것의 주된 목표는 소비자들에게 재미있고 매력적인 경험을 제공하는 것임.

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4, MP3. **실물 받지 않음**

· 장편 출품작의 경우 완전한 작품이 올려져 있는 URL 제출 요망. 이 URL은 심사위원들이 완전한 작품을 보고자 요청할 경우 사용됨.

· 15분이 넘는 출품작은 케이스 스테디로 제출

· 5분 미만의 출품작은 오리지널 포맷으로 제출

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories

Augmented Reality: 실사이미지(카메라 또는 직접 조준을 통한)와 CG 이미지(예: 오버레이 또는 조작된 카메라 피드)를 실용적이고 유용하거나 창의적인 방식으로 결합한 디지털 경험. 출품자는 개념을 설명하고 사용자가 경험하는 것처럼 실제 AR 경험을 자세하게 설명하는 케이스 스터디를 제출해야 함.

Best Use of Real Time Advertising

Branded IP

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

Documentary Feature Film

Documentary Short Film

Documentary TV Program

Entertainment Audio: 음악, 라디오, 오디오, 사운드

Experiential/Live Events

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Music Videos

Online Episode/Special

Reality/Unscripted/Alternative TV Show

Scripted Feature Film

Scripted Short Film

Scripted TV Show

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

Taped or Live Event

Video Podcast: 광고, 판촉 또는 홍보 목적으로 브랜드/제품을 위해 특별히 제작된 비디오 콘텐츠. 단일 에피소드 또는 다중 에피소드 시리즈가 가능

Virtual Reality: 디지털 경험은 스크린 장치를 사용하여 사람의 시각을 대체하고 몰입형 또는 대화형 경험을 제공함. 출품자는 개념을 설명하고 사용자가 경험하는 것처럼 실제 AR 경험을 자세하게 설명하는 케이스 스터디를 제출해야 함.

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Series Sub-Categories

Multi-Channel Storytelling: 영화, 체험, 디지털, 소셜, 게임 및 인쇄와 같은 다양한 형태의 미디어를 활용한 이야기에 깊이를 더할 것. 이 하위 범주는 하나의 미디어를 비전통적으로 사용하거나 주변 미디어가 하나의 주요 콘텐츠에 대한 트래픽 드라이버 역할을 하는 새로운 미디어 또는 통합 캠페인을 의미하지는 않음.

Online Series:

Reality/Unscripted/Alternative Series

Creative Use of Data 부문

- 크리에이티브를 고무, 강화, 향상시킬 때 데이터의 기본적인 역할을 잘 보여주는 작품
- 파일 제출 양식: **실물 받지 않음**
 - 케이스 스터디를 MOV, MP4로 업로드.
 - 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Single Sub-Categories:

Data Collection and Research: 강력한 브랜드 전략이나 크리에이티브 캠페인을 이끌어 내는데 도움을 주는 데이터 기반 조사와 시장조사, 데이터 소싱이나 집계

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

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

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

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

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

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

Creativity In Business-to-Business 부문

- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL **실물 받지 않음**
 - moving components 출품작: MOV, MP4
 - Digital components가 있는 출품작은 URL로 제출할 수 있음

Single Sub-Categories:

- B2B Craft:** 뛰어난 기술을 통해 B2B 아이디어에 생명을 불어 넣은 창의력.
- Best Use of Direct Marketing:** 다른 비즈니스 또는 비즈니스 거래처에 대한 DM 의 창의적 우수성. 여기에는 다른 비즈니스 또는 비즈니스 거래처로 향하는 모든 형태의 의사 소통이 포함됨. DM을 통한 최고 수준의 창의성을 보여주는 데 초점을 두고 있음.
- Best Use of Earned Media:** B2B 환경에서 인지도를 높이기 위해 PR, 기사, 이벤트 및 스텐트, 검색엔진, 블로그, 소셜 미디어를 창의적 사용
- Best Use of Employer:** 종업원이나 후보자 경험을 보여주기 위해 조업원 브랜딩을 창의적으로 사용. 판촉을 위해 크리에이티브를 강조하거나 브랜드를 강화시킨 것.
- Corporate Purpose/Social Responsibility:** 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.
- Data:** B2B 거래를 보여주기 위해 데이터를 창의적으로 사용. 다른 비즈니스와의 거래를 위해 새롭고 혁신적인 방법으로 데이터를 창의적으로 사용한 것에 초점을 둘 것.
- Design:** 디자인 조건의 범위 안에서 고객에게 명확하고 설득력있는 메시지로 효과적으로 전달하는 창의적인 작품. 독창적이고 효과적으로 행동에 영향을 줄 수 있는 크리에이티브의 형태가 두드러짐
- Digital Transformation:** 웹사이트, 마이크로사이트, 소셜 미디어, AI, 앱 등과 같은 디지털 기술의 창의적 사용. 디지털 도구 및 플랫폼을 사용하여 비즈니스 운영과 고객을 참여시키는 혁신을 보여줄 것
- Education:** 고객과 강한 관계를 형성하기 위해 비디오, 리포트, 기사, 블로그, 웹세미나 등과 같은 참여적이고 교육적인 콘텐츠를 사용한 크리에이티브리티. 고객과 함께 하는 경험, 회의 및 이벤트 집행은 브랜드를 기억에 남고 매력적으로 만들. 여기에는 콘텐츠, 체험 마케팅, 라이브 이벤트, 모바일 및 앱, VR 및 AR, 멀티 스크린 및 멀티 채널 경험이 포함될 수 있음. 라이브 이벤트, 양방향 영입 프레젠테이션 및 내부 회사 이벤트도 이 범주의 일부임.
- Health and Pharma:** 건강 관리 및 제약 산업에서 B2B 창의성을 인식시켜 줄 것. 여기에는 병원, 의료 기기 및 의약품 등이 포함됨.
- Integrated:** 온라인, 오프라인, 물리적 및 가상 측면을 포함하여 목표를 달성하기 위해 여러 터치 포인트와 플랫폼을 갖춘 진정한 통합 아이디어.
- Storytelling and Content:** 비즈니스 활성화를 높이기 위한 강력한 콘텐츠, 비디오, 라디오, 오디오, 브랜드 콘텐츠, 홍보 및 야외 활동을 포함하되 이에 국한되지는 않음.

Creativity In PR부문

창의적인 사고를 핵심에 두고 일을 하라. 작품은 의견에 따르고 영향을 받는다. 문화적으로 관련이 있고 PR 스펙트럼의 모든 부문에서 브랜드에 대한 긍정적인 강화와 호의를 증가시키는 것을 목표로 평판 관리에 중점을 둔 작품. 출판작에는 획득한 미디어 구성요소가 포함되어야 함.

출품작은 크리에이티브 아이디어, 인사이트, 결과를 기준으로 평가됨

○ 출품대상: Creative Ideas, Insights and Results

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4, **실물 받지 않음**

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories:

Industry Sector

Automotive: 운송 및 자동차 서비스, 이니셔티브 및 제품과 관련된 소비자를 대상으로 하는, 자동차 제조업체, 관련단체나 업무 등을 포함한 자동차와 교통부문의 작품

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Education: 혼잡한 시장에서 교육 기관, 관행, 직원의 인지도를 높이기 위한 캠페인

Entertainment: 박물관, 아트 갤러리, 극장, 영화 및 TV/케이블/온라인 프로그래밍

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류 포함, 보석, 신발, 핸드백

Food and Beverages: 개인 푸트 아이템. 소매점이나 패스트 푸드 레스토랑은 아님.

Health Care Services: 의료, 자가 진단, 건강 및 웰빙 회복 또는 유지를 목적으로 건강/약품 제품 및 서비스. 체중 감량 프로그램, 처방약, 의사, 병원, 클리닉; 요양원 포함

Public Sector: 연방, 주, 정부 및 기관

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Technology: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

PR Specialisms (Craft)

Brand PR

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스: 산업 전문가에서 산업 전문가로 제품이나 서비스 홍보

Corporate Communications

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

Crisis Management: 위기에 영향을 받거나 위협을 받는 브랜드, 조직 또는 사람의 평판을 관리하고 보호하기 위한 캠페인

Public and Political Affairs: 공공 정책, 정치 의제, 입법 변경 및 정치 캠페인이 포함

Situational (Culture/Context)

Best Global Market: 전 세계 시장에 맞춘 특정 문화 및 행동 통찰력을 사용한 캠페인

Best Local/Regional/National Market: 특별한 시장이나 국가에 맞춘 특정 문화와 행동 통찰력을 사용한 캠페인

Best Product Launch: 새로운 제품을 시장에 출시하거나 기존 제품을 재런칭하기 위한 계획된 노력

Challenger Brand: 창의적인 사고, 혁신 및 구현을 통해 경쟁 압력에 대응하고 기존 브랜드에 도전한 브랜드

PR Techniques/Tactics

Best Use of Content Marketing

Best Use of Events and Stunts: 클라이언트의 브랜드 인지도를 높이고 비즈니스 목표를 달성하기 위해 PR 전략의 일부로 사용되는 컨퍼런스 / 컨벤션 및 음악 축제의 홍보를 포함

Best Use of Social Media

Best Use of Sponsorship: 후원 활동의 계획과 실행, 그리고 스폰서십을 활용하기 위한 PR 지원을 인정

Best Use of Strategic Partnership

Influencer Marketing: 브랜드 인지도를 높이고 비즈니스 목표를 달성하기 위해 인플루언서를 참여시켜 PR 전략의 일부로 사용하는 가장 효과적이고 창의적이며 혁신적인 PR 캠페인

Media Relations: 미디어를 가장 잘 활용하는 방법

Creativity In The Metaverse 부문

메타버스의 미래는 우리가 말하는대로 쓰여지고 있고 다시 쓰여지고 있음. 이 새로운 카테고리리는 브랜드와 기업이 사람들의 실제 현실 세계가 Web 3.0의 디지털 세계에서 상호 작용하고 몰입할 수 있는 기회를 만드는 방법을 기념하기 위함.

메타버스는 실시간 브랜드 또는 고객 경험 및 상호 작용, 새로운 브랜드 경로, 커뮤니티 생

성 및 상거래에 대한 링크의 형태로 결과를 생성, 예를 들어 미디어 관심, 판매, 브랜드 및 비즈니스 성장. 심사위원은 일회성 캠페인이 아닌 사람과 브랜드 또는 비즈니스 간의 더 깊고 지속적인 메타버스 참여를 촉진하여 지속적인 인프라를 생성하는 확장 프로그램에 더 깊은 관심을 보일 것임.

○ **출품대상:** FMCG(fast-moving consumer goods, 일용소비재), CPG(Consumer Packaged Goods, 소비재), 패션, 스포츠, 자동차, 건강 및 제약, 기술, 엔터테인먼트, 레저, 예술, 미디어, 금융

○ **파일 제출 양식:** **실물 받지 않음**

- 케이스 스터디를 MOV, MP4로 업로드하거나 URL로 제출
- 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.
- 심사에 Digital asset이 필요하다면 URL 제출해야 됨

Single Sub-Categories:

Blockchain: 브랜드나 비즈니스를 위한 블록체인의 크리에이티비티는 네트워크 참가들에게 혁신적인 경험이나 유틸리티를 제공하거나 브랜드에 대한 참여, 신뢰, 성장하게 하는 것

Commerce: 메타버스 공간에서 상거래 생성, 가상 상품에 대한 영감, 상호 작용 및 소유권의 격차를 제거하거나 축소. 심사위원은 영향력 있는 변환이나 판매 결과에 대해 더 높은 점수를 줄 것임

Craft - Audio & Sound: 디자인, 뮤직 포함 Includes sound design and music

Craft - Visual: 2D/3D 애니메이션, 비주얼 이펙트, 세트디자인 포함

CSR, DEI, Non-Profit, SDG: 가상 경험은 행동, 관행 또는 정책의 변화를 위한 움직임을 활성화시키도록 만들어짐. 기업의 사회적 책임, 다양성/형평성/포용성, 지속 가능한 개발 목표, 기금 마련, NGO, 자선 단체 및 공공 서비스 부문이 포함됨.

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Immersive Events, Content and Experiences 브랜드 또는 비즈니스가 주도하는 가상 이벤트 및 브랜드 콘텐츠. 회의, 콘서트, 갤러리, 회의, 축제, 대회, 판촉, 쇼 및 활동을 포함하며 이에 국한되지는 않음.

New Business Models 브랜드 또는 비즈니스의 발자취를 확장하는 새로운 메타버스 플랫폼. 심사위원은 브랜드 또는 비즈니스의 핵심 제품을 넘어 확장되는 새로운 모델에 대해 높이 평가할 것임

NFTs 브랜드, 기업 또는 NGO/자선단체는 대체 불가능한 토큰을 창의적으로 사용하여

칭중과 비즈니스 성장을 위한 새로운 기회를 창출함. 예상치 못한 결과를 이끌어낼 수 있는 혁신과 독창성의 가능성에 높은 점수를 부여

Social Media 메타버스에서 소셜 미디어 주도 경험의 돌파구. 미디어 라이브 스트리밍, 오디오, 비디오 또는 소셜 활동이 포함하나 이에 국한되지 않음

Virtual Reality AR, VR, XR, MR 등과 같은 메타버스에서의 최고의 가상경험들

Design 부문

- 비주얼 아이덴티티, 제작물의 가치, 작품의 완성도를 평가. 브랜드 메시지의 전달이나 소비자 인지도를 강화시키기 위한 비주얼 콘텐츠와 관련된 모든 아이디어나 작품
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG 또는 실물
 - Case Studies로 제출할 카테고리:
 - Branded Content
 - Creative Use of Data
 - Experiential Design
 - Innovative Use of Design
 - MOV나 MP4로 제출할 카테고리:
 - Digital Installations
 - Installations/Displays
 - Motion Graphics – Animation
 - 캠페인 출력물
 - 캠페인은 출력물의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것
 - 캠페인 출력물은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories: 출력물 당 1작품

Annual Reports

Art Direction

Brand Identity: Local, Regional, Global 포함

Branded Content: 하나의 브랜드로 만들어진 오리지널 콘텐츠. 이것의 목표는 전통적인

광고방식을 이용한 플랫폼이 아닌 소비자들이 관여하여 마케팅 메시지를 전달하는데 있음

Brochures/Catalogues - Business-to-Business

Brochures/Catalogues - Consumer

Calendars

Client Promotion: Client가 집행한 프로모션

Corporate Identity: 명함, 초대장, 회사 서식 등

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

Data Visualization

Digital Installations

Direct Marketing – Business-to-Business

Direct Marketing – Consumer

Editorial Design

Experiential Design 소비자 체험에 의해 브랜드에 대한 긍정적인 인식을 심어주기 위해 고안된 제품, 반응, 서비스, 이벤트, 환경 디자인

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Innovative Use of Design Video Case Study로 출품

Installations/Displays 브랜드를 홍보를 위해 공공 환경물이나 사무실등과 같이 외부 공간이나 환경, 빌딩에서 집행된 Permanent 또는 Temporary

Logos

Motion Graphics - Animation: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함

Naming 연상적이고 기억에 남을 수 있도록 새로운 제품이나 브랜드의 포지셔닝과 핵심을 나타낼 수 있도록 새로운 브랜드나 제품 이름을 만들

Non-Profit

Point-of-Sale: 제품이나 서비스를 직접 프로모션하거나 판매하기 위해 인도어용으로 사용된 Displays. 포스터나 인쇄광고는 포함되지 않음

Posters

Product Design: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Prototype: 소규모의 테스트 마켓이나 아직 출시되지 않은 시장에서의 판매를 위한

제품의 완전한 기능과 전체 디자인

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

Self-Promotion: 출품사 자체 프로모션

Signage

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

Sustainable Design: 제품이 환경에 미치는 영향을 고려하여 특별히 고안된 디자인

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

Use of Copywriting

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Art Direction Campaign

Brochures/Catalogues – Business-to-Business Campaign

Brochures/Catalogues – Consumer Campaign

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

Direct Marketing – Consumer Campaign: 프로모션용 작품

Motion Graphics – Animation Campaign: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함. 동일한 광고주를 위한 작품이어야 함.

Poster Campaign

Use of Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

DIGITAL 부문

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

○ 파일 제출 양식: URL. **실물 받지 않음**

- 출품작을 가장 잘 나타내는 3-5 JPEGs를 업로드할 것

- JPEGs는 출품작이 Shortlist/Winner status에 선정되면 사용하는 것으로, 심사에는 사용하지 않음

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories

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

Apps

Art Direction

Augmented Reality

Automotive: 전통 차량, 자가 운전 차량, 자동차 액세서리 포함

Banners

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

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

Gaming 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Furniture and Appliances

Image Design: 아트웍, 이미지 형상, 사진 등 포함

Innovative Use of Digital

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

Microsites

Mobile Advertising: 모바일 장치를 통해 고객을 타겟팅

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

Pharmaceuticals

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Self-Promotion: 출품사 자체 프로모션

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

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

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

UI - User Interface & Navigation: 사용자의 대화형 여행

Use of Illustration

Use of Social Media

Use of Typography

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

UX - User Experience: 행동이나 감정 반응에 초점을 둔 디자인

Viral

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

Visual Design

Weird Wonderful Work

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Evolution 부문

- 당신에게 일을 어떻게 완성했는지 다시 생각하게 만드는 작품, 새로운 방법을 알려주는 작품, 현재 상태에서 벗어나게 하는 아이디어. 눈썹을 치켜올리게 하고 질문을 하게 만드는 작품
- 이것은 사회적 물결이나 새로운 방법이나 새로운 비즈니스 모델일 수도 있음. 새로운 접근법을 사용하거나 새로운 기술이거나 새로운 기술의 사용한 작품; 새로운 플랫폼이나 기존의 플랫폼을 새롭게 사용하거나 다르게 사용하기. 미래를 상징하거나 경계를 넓힐 수 있는 어떤 것. 출품작은 광고보다는 크리에이티브 솔루션에 초점을 두어야 함.
- 파일 제출 양식: 케이스 스터디를 MOV, MP4로 업로드. **실물 받지 않음**
 - 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Single Sub-Categories

Best Use of Real Time Advertising

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

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

Creative Use of Media: 브랜드나 고객들에게 이익이 될 수 있도록 비전통적인 방법이나 새로운 미디어 기회를 창출하는 방법으로 전통적인 미디어 배치

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

CSR, DEI, Non-Profit, SDG: 행동, 관습 또는 정책 변화를 위한 움직임을 활성화하기 위해 만들어진 가상 경험. 기업의 사회적 책임, 다양성/지분/포용성, 지속 가능한 개발 목표, 기금 모금, NGO, 자선 및 공공 서비스 부문 포함.

Experiential/Live Events: 라이브 경험은 사람들에게 제품, 서비스, 브랜드에 반응하거나 빠져들게 함

Product Innovation: 자신만의 혁신적인 방법으로 우뚝 선 제품

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

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

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

Health & Wellness 부문

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

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories

Animal Health

Corporate Image: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주

는 것

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

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

Education and Services: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Environmental Health

Fitness: 개인 트레이너, 체육관, 연습센터 포함

Health Institutions: 클리닉, 병원, 외래환자병원, 재활시설, 기억센터 포함

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

Innovation: 혁신적인 기술이나 아이디어 사용. 전통적인 광고형태는 받지 않음

Insurance: Dental, Vision, Live, Pet 포함

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

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

Product Design: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Prototype: 소규모의 테스트 마켓이나 아직 출시되지 않은 시장에서의 판매를 위한 제품의 완전한 기능과 전체 디자인

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

Use of Social Media: 브랜드 요소들을 소셜 미디어 플랫폼과 잘 융합시킨 작품

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

Animal Health Campaign

Corporate Communication Campaign: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

Devices and Diagnostics Campaign: 진단, 예방, 의료적 치료 목적으로 사용되는 특정한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품. 보행기, 휠체어, 흡입기 등

Education and Services Campaign: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Environmental Health Campaign

Fitness Campaign: 개인 트레이너, 체육관, 연습센터 포함

Health Institutions Campaign: 클리닉, 병원, 외래환자병원, 재활시설, 기억센터 포함

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

Innovation Campaign: 혁신적인 기술이나 아이디어 사용. 전통적 형태의 광고는 받지 않음

Insurance Campaign: 치과, 눈, 생명, 애완동물 포함

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

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

Product Design Campaign: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

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

Use of Social Media Campaign: 브랜드 요소들을 소셜 미디어 플랫폼과 잘 융합시킨 캠페인

Health & Wellness - Craft 부문

- 건강한 생활을 위한 프로모션이나 진행에 초점을 둔 비약물적/비규제적 제품이나 서비스를 위한 영감을 주는 아이디어나 접근법도 포함됨
- 이 부문 출품작은 세계적으로 유명한 프로듀서, 감독, 프로덕션/후반작업/음악/아트/건강 부문에서 일하는 크리에이터들로 구성되는 심사위원회에서 평가됨
- 카테고리들이 연관성이 있으면 같은 작품의 출품 회수는 제한이 없음
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL. **실물 받지 않음**
 - Moving components가 있는 출품작은 MOV나 MP4 파일로 제출.

Single Sub-Categories: 출품작당 1작품

Animation: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함

Art Direction

Cinematography: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함.

Copywriting

Direction: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣어주어야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야함.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

Illustration

Music & Sound Design: 다양한 미디어와 플랫폼에 사용할 캠페인과 브랜드를 위한 음악과 사운드를 큐레이팅, 믹싱, 제작 또는 각색하는 데 보여준 창의적 우수성과 뛰어난 장인 정신.

Photography

Production Design: 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 통일시.

Typography

Visual Effects: 실용적인 요소, CGI, 무광택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함.

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Animation Campaign: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함. 같은 광고주여야 함.

Art Direction Campaign

Cinematography Campaign: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함. 같은 광고주여야 함.

Copywriting Campaign

Direction Campaign: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣어주어야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야 함. 한 감독이 작업한 동일한 광고주의 작품.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

Editing Campaign: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여. 같은 광고주여야 함.

Illustration Campaign

Music & Sound Design Campaign: 다양한 미디어와 플랫폼에 사용할 캠페인과 브랜드를 위한 음악과 사운드를 큐레이팅, 믹싱, 제작 또는 각색하는 데 보여준 창의적 우수성과 뛰어난 장인 정신. 같은 광고주여야 함.

Photography Campaign

Production Design Campaign 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 동일시.

Typography Campaign

Visual Effects Campaign: 실용적인 요소, CGI, 무광택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함. 같은 광고주여야 함.

INTEGRATION 부문

- 멀티채널/플랫폼용, 동일한 제품이나 서비스 3작품 이상
- 파일 제출 양식: 케이스 스티디를 MOV, MP4로 업로드, **실물 받지 않음**
 - 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Data Visualization

Direct Marketing

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

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

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브

Music & Sound 부문

- 싱글 카테고리 출품작은 크리에이티브의 우수성과 캠페인이나 브랜드를 미디어나 플랫폼을 넘나들어서 사용할 수 있는 큐레이팅, 믹싱, 프로듀싱, 음악과 사운드의 선곡 등에

있어서의 뛰어난 재능을 평가함

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4, MP3. **실물 받지 않음**

- 최초 출시된 오디오를 MP3로 제출할 것
- 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

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

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

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

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

Original Music - Score: 제출된 영화와 창의적으로 작업할 수 있도록 명시적으로 작곡된 가사가 거의 없거나 전혀 없는 악보. 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음.

Original Music with Lyrics: 제출된 영화와 창의적으로 작업하기 위해 명시적으로 작곡된 가사가 있는 음악. 기존의 트랙이나 스톱 음악을 의미하지 않음.

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

Sound Mixing/Editing: 기존 음향 요소들을 편집 믹스하는 것

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

Music Video 부문

○ 노래나 브랜드를 프로모션할 목적으로 예술가나 밴드가 각색하고 묘사한 대중가요의 공연을 담은 필름/비디오

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4로 업로드. **실물 받지 않음**

- Music Videos는 방송이나 출시된 것과 동일한 오리지널 포맷으로 제출할 것
- 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Animation

Best Music Video: 서브 카테고리의 일부 또는 전부를 사용하여 완성된 제품의 가치와 완성품을 축하해줄만 한 것

Choreography: 움직임이나 형태 또는 둘 다 사용되는 물리적인 신체의 움직이는 순서 또는 그 묘사를 디자인하는 기술 또는 행위.

Cinematography: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함.

Direction: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣어줘야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야함.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

Production Design: 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 통일시.

Visual Effects: 실용적인 요소, CGI, 무광택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함.

Non-Traditional 부문

○ 독특하고 새롭고 순수한 아이디어를 단순히 전통적인 방법으로 평가할 수는 없음. 미래를 생각하게 만든 작품은 전통적인 카테고리에는 맞지 않아 브랜드 커뮤니케이션을 할 수 있게 해주어야 함. 전통적인 카테고리를 거부하는 작품은 경계를 넘나든다. 출품작은 새로운 기준을 창조해야 함. 심사위원들은 표현된 뛰어난 생각이나 이노베이션을 살펴봄

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4로 업로드. **실물 받지 않음**

- 출품작당 1개의 파일만 업로드할 수 있음.

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Direct Marketing

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Experiential

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Guerrilla Marketing

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Furniture and Appliances

Interactive Installations

Live Events - Beyond Advertising: 최고의 이벤트

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Online Film 부문

- 전형적인 아이디어, 작품, 기술 등의 조합을 보여주기 위해 소셜 미디어 플랫폼을 통한 온라인 노출을 목적으로 제작된 커머셜 필름.
- 파일 제출 양식: MOV, MP4로 업로드. **실물 받지 않음**
 - 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 업로드
 - 비영리권 출품작은 영어 자막이나 영어 더빙을 하여 제출

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Humor

Innovative Use of Online Film: Video Case Study로 출품할 것

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Tagline/Endline: 태그라인/엔드라인 거의 모든 브랜드/제품 커뮤니케이션에 지속적으로

사용되고 브랜드 포지셔닝에 효율적으로 사용되는 한 줄이나 한 문장. 이것은 싱글캠페인이나 다목적 용도로 사용됨,

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Consumer Campaign: 소비자에게 제품이나 서비스를 판매하기 위해 만들어진 작품

Package Design 부문

○ LIA에는 전세계에서 가장 최고의 혁신적인 패키지 디자인들이 출품되고 있음. 전세계 유명인들로 구성된 심사위원단은 독특한 기술이 있고 전체를 아우르고 새로운 기원을 창조하는 패키지를 선정함

○ 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEGs, 실물

○ 실물은 실제 패키지 샘플을 보낼 것을 강력히 제안함.

Single Category 출품작당 1작품

Art Direction

Automotive Products

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Beers

Beverages - Non-Alcoholic

Confections/Snacks

Dairy Products

Electronics/Tech Equipment

Entertainment

Fashion: 의류, 신발, 벨트, 보석, 핸드백 포함

Foods

Gift Items

Graphic Design

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Liquors/Spirits

Pharmaceuticals: 콘돔, OTC, 처방약 포함

Promotional Packaging: 쇼핑백, 선물박스, 판촉 아이템 등 포함

Prototype: 소규모의 테스트 마켓이나 아직 출시되지 않은 시장에서의 판매를 위한 제품의 완전한 기능과 전체 디자인

Retailer Packaging: 소매용 라벨/브랜드를 프로모션하는 제품

Special Editions

Structural Packaging: 소비재를 대량생산하기 위한 주/보조 structural packaging design. 심사는 소재, 구조, 패키지 컨셉 등 전반적인 크리에이티브 솔루션을 기초로 이루어짐. 패키지 디자인은 제품을 보호할 수 있어야 할 뿐만 아니라 구매와 제품 편리함의 경험에 관해 소비자를 사로잡을 수 있어야 하며, 패키지는 제품/브랜드 경험에 필수불가결의 요소임

Sustainable Packaging: 제품의 환경 영향을 고려해 특별히 제작된 패키징

Toys and Games

Use of Copywriting

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Wines

Pharma & Medical 부문

- 제약과 의료산업의 크리에이티브 우수성은 심사위원들이 평가된다. 출품작은 사람들의 건강을 알고, 조치하고, 향상시키고 헬스케어 산업을 발전시킬 수 커뮤니케이션과 경험, 이노베이션을 담고 있어야 한다. 작품은 성격상 인간과 동물의 헬스케어 지원이나 지지하기 위해 헬스케어 소비자, 환자, 공급자, 지급인이나 다른 산업의 전문가들의 의약적 문제, 동기부여 처리 또는 솔루션을 홍보를 지원해야 함
- 제약이나 의료산업의 규제와 규정들이 심사때 반영될 수 있음
- 일반의약품(OTC)은 의약품으로 간주되지 않음. 의료 전문가가 조제하지 않은 약은 Health & Wellness부문에 출품. 건강 문제 또는 처방 치료가 필요하지 않은 상태 및 사회적 원인(양파, 가정 폭력, 아동 학대, 기아/영양 실조, 노화 등)에 대한 작품은 Health & Wellness부문에 출품

- LIA나 LIA심사위원은 맞지 않게 출품된 출품작은 카테고리를 옮길 수 있는 권한을 가짐. 모든 출품작은 비밀로 다루지며, 허락을 받은 수상작에 한해 웹사이트에 고지됨.
- 출품: 모든 미디어에서 출품할 수 있음, Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Social, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL, **실물 받지 않음**
 - Moving components가 있는 출품작은 MOV나 MP4 파일로 제출. URL로도 제출할 수 있음
- 캠페인 출품작
 - 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것
 - 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

Social Responsibility/Awareness Sub-Categories: 장기 기증, 연구 등에 대한 인식을 높이는 작품이 포함됨. 이 부문의 골드 수상자는 Pharma & Medical - Social Responsibility / Awareness Grand LIA 수상할 자격을 가짐.

Social Responsibility/Awareness

Social Responsibility/Awareness Campaign (최소 2작품 이상)

Branded Sub-Categories: 브랜드가 있는 의약품은 의약품규제자문위원회나 조정팀 (Veeva, JRC, Zinc, 정부/업계에서 주관하는 비슷한 조직)에 의해 승인받은 제품으로 출품작당 1작품

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Corporate Communication: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

Education and Services

Innovation 혁신적인 기술의 사용이나 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services

Product Design: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Prototype: 소규모의 테스트 마켓이나 아직 출시되지 않은 시장에서의 판매를 위한 제품의 완전한 기능과 전체 디자인

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Veterinary 수의

Unbranded Categories: 약품이름이 구체적으로 언급되지 않은 제품. 이 제품은 의학전문가나 환자들에게 질병에 대한 인식을 알리기 위해 생산됨. 출품작당 1작품

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Corporate Communication: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

Education and Services

Innovation 혁신적인 기술의 사용이나 아이디어. 전통적인 광고 형태와 다른 양식

Pharmaceuticals and Vaccines

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services

Product Design: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Prototype: 소규모의 테스트 마켓이나 아직 출시되지 않은 시장에서의 판매를 위한 제품의 완전한 기능과 전체 디자인

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Veterinary 수의

Branded Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Corporate Communication Campaign: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

한 지침, 장치, 임플란트나 이와 관련된 제품 포함

Education and Services Campaign

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

Pharmaceuticals and Vaccines Campaign

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services Campaign

Product Design Campaign: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Use of Social Media Campaign: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Veterinary Campaign

Unbranded Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Corporate Communication Campaign: 개별 제품이나 서비스에 초점을 두지 말 것. 대신 기업이나 브랜드의 이미지나 사회적 이슈를 홍보하여 소비자, 직원, 주주 등에게 긍정적인 인식을 심어주는 것

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

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

Education and Services Campaign

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

Pharmaceuticals and Vaccines Campaign

Physicians and Healthcare Providers – Professional Services Campaign

Product Design Campaign: 시장에 이미 출시된 제품 디자인

Use of Social Media Campaign: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Veterinary Campaign

Social Responsibility/Awareness Campaign

Pharma & Medical - Craft 부문

- 출품작은 엄격한 기준의 제약산업에서 만들어진 작품의 완성도와 가치를 평가함. 출품작은, 귀하가 감명되기 쉬운 사람이든 환자든 공급업자나 지급인이든 간에, 병의 예방, 관리, 치료에 관한 커뮤니케이션을 담고 있어야 함.
- 출품작은 국제적 인지도를 가진 프로듀서, 감독이나 프로덕션, 음악, 아트 디렉션이나 제약분야의 크리에이티브 전문가를 구성된 심사위원회에서 심사함. 카테고리들이 연관성을 갖고 있으면 동일한 작품의 출품 회수는 제한이 없음
- 일반의약품(OTC)은 의약품으로 간주되지 않음. 의료 전문가가 조제하지 않은 약은 Health & Wellness부문에 출품. 건강 문제 또는 처방 치료가 필요하지 않은 상태 및 사회적 원인(알파, 가정 폭력, 아동 학대, 기아/영양 실조, 노화 등)에 대한 작품은 Health & Wellness부문에 출품
- 출품작은 비밀로 다루지며, 허락을 받은 수상작에 한해 웹사이트에 고지됨.
- 출품: 모든 미디어에서 출품할 수 있음, Ambient & Activation, Billboard, Branded Entertainment, Design, Digital, Non-Traditional, Package Design, Online Film, Poster, Print, Radio & Audio, TV/Cinema
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, JPEG, MP3, URL, **실물 받지 않음**
 - Moving components가 있는 출품작은 MOV나 MP4 파일로 제출.
 - Digital components가 있는 출품작은 URL로도 제출할 수 있음
- **참고** : LIA와 LIA 심사위원은 Pharma & Medical - Craft와 관련이 없는 것으로 간주되는 출품작을 옮기거나 실격시킬 권리가 있음. 출품자는 Shortlists 또는 Winner를 수상할 경우 출품작의 기밀을 유지할 수 있도록 요청할 수 있음.

Single Sub-Categories: 출품작당 1작품

Animation: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함

Art Direction

Cinematography: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함.

Copywriting

Direction: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣어줘야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야함.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해

작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

Illustration

Music & Sound Design: 다양한 미디어와 플랫폼에 사용할 캠페인과 브랜드를 위한 음악과 사운드를 큐레이팅, 믹싱, 제작 또는 각색하는 데 보여준 창의적 우수성과 뛰어난 장인 정신.

Photography

Production Design: 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 동일시.

Typography

Visual Effects: 실용적인 요소, CGI, 무판택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함.

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Animation Campaign: Cel Animation, Motion Graphics 및 컴퓨터 생성한 2D 또는 3D 이미지 포함. 같은 광고주여야 함.

Art Direction Campaign

Cinematography Campaign: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함. 같은 광고주여야 함.

Copywriting Campaign

Direction Campaign: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣어줘야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야 함. 한 감독이 작업한 동일한 광고주의 작품.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

Editing Campaign: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여. 같은 광고주여야 함.

Illustration Campaign

Music & Sound Design Campaign: 다양한 미디어와 플랫폼에 사용할 캠페인과 브랜드를 위한 음악과 사운드를 큐레이팅, 믹싱, 제작 또는 각색하는 데 보여준 창의적 우수성과 뛰어난 장인 정신. 같은 광고주여야 함.

Photography Campaign

Production Design Campaign 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 통일시.

Typography Campaign

Visual Effects Campaign: 실용적인 요소, CGI, 무광택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함. 같은 광고주여야 함.

Poster 부문

- 벽, 버스정류장, 교통수단에 실린 광고. Static Posters와 Interactive/Digital Posters 포함
- 파일 제출 양식: JPEG, MOV, MP4. **실물 받지 않음**
 - Static Posters: JPEG로 업로드
 - Interactive/Digital Posters: MOV, MP4
- 캠페인 출품작
 - 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것
 - 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Art Direction

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Innovative Use of Posters: Video Case Study로 제출

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Art Direction Campaign

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Consumer Campaign: 고객용으로 제작된 제품이나 서비스

Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

PRINT 부문

- 인쇄된 출판물(잡지, 신문이나 매뉴얼 리포트나 브로슈어 같은 다이렉트 마케팅물 등)
- 파일 제출 양식: JPEG, MOV, MP4. **실물 받지 않음**
- 캠페인 출품작
 - 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study로 제출할 것
 - 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 JPEG 개별파일로 업로드할 것

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Art Direction

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및

환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Recreation: 장난감, 게임 포함

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Illustration

Use of Photography

Use of Typography

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Art Direction Campaign

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Consumer Campaign: 고객용으로 제작된 제품이나 서비스

Copywriting Campaign

Use of Illustration Campaign

Use of Photography Campaign

Use of Typography Campaign

Production & Post-Production 부문

- 모든 카테고리 출품작에서의 프로덕션의 가치와 실행력을 높이 평가함.
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, **실물 받지 않음**
- 캠페인 출품작: 사용된 모든 광고를 개별파일로 업로드
- 영어로 제작되지 않은 출품작은 영어 자막이나 영어더빙을 한 후 제출할 것

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

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

CGI Animation: 컴퓨터로 만든 2D나 3D 이미지

Cinematography: 조명, 프레임 및 영상의 색상 팔레트를 결정하는 기술. 이야기 및/또는 개념을 보완해주는 기술, 움직임 및 고유한 시각적 스타일의 숙련성을 보여줘야 함.

Direction: 감독은 아이디어나 컨셉에 상상력과 비전을 불어넣을 수 있어야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야함.

Editing: 감독의 비전을 빛으로 이끌어내고, 완성된 필름을 재단, 조립하는 기술을 통해 작품의 전체적인 느낌과 톤, 효과에 기여.

New Director: 6작품 미만의 작품을 젊은 새로운 감독. 이 카테고리에 출품하는 감독은 아이디어나 콘셉트에 상상력과 비전을 불어넣을 수 있어야 함. 모델, 연기 및 전반적인 비전을 포함, 작품을 완성하기 위한 모든 기술 분야를 포괄해야함.

Performance/Casting: 동물 캐스팅 포함

Production Design: 작품의 전반적인 시각적 개념. 세트, 장소, 그래픽, 소품, 조명, 카메라 각도 및 의상에 대한 디자인 스타일의 동일시.

Virtual Reality: 디지털 체험은 화면 장치를 사용하여 사람의 시각을 대체하고 몰입형 또는 대화형 경험을 제공함. 이것은 1인칭이나 그룹 경험의 경험일 수 있음. 출품자는 컨셉을 설명하고 이용객이 경험하는 것과 같은 실제 AR 경험을 보여주는 케이스 스토리

리로 제출할 것

Visual Effects: 실용적인 요소, CGI, 무광택 그림 및 실사와 같은 여러 소스의 고유한 시각적 요소를 원활하게 통합하여 애니메이션 기법을 사용하는 것보다 사실적인 탁월함을 보여줘야 함.

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

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

CGI Animation Campaign: 제품과 광고주가 동일해야 함.

Cinematography Campaign: 같은 Cinematographer가 동일한 제품과 크라이언트를 위한 것

Direction Campaign: 동일한 제품이나 광고주에 대한 같은 감독이 작업

Editing Campaign: 동일한 제품이나 광고주에 대한 같은 편집실에서 작업

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

Visual Effects Campaign: 동일한 제품이나 광고주를 같은 포스터프로덕션에서 작업

Radio & Audio 부문

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

○ 파일 제출 양식: MP3, MOV, MP4. **실물 받지 않음**

- 원래 오디오로 출시된 작품은 MP3로 제출해야 함.

- moving images가 없는 MOV는 받지 않음. moving images가 없는 MOV를 업로드할 경우 \$100의 비용이 추가됨

- Innovative Use of Radio 카테고리: MOV, MP4로 제출

- 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 업로드

- 캠페인은 출품작의 모든 요소를 들어간 하나의 Case Study를 제출할 것

- 비영어: 영어로 송출되지 않은 작품은 오리지널 언어로 제출해야 함. 아울러 오리지널 뮤직과 사운드 이펙트에 영어더빙을 한 작품도 제출해야 함. 만약 영어더빙을 제출할 수 없으면, 번역본을 제출해야 함

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Adapted Music: 기존 작곡을 다시 상상/재배치하여 음악이 제출된 작품에서는 창의적으로 작동하도록 한 작품. 기존의 트랙이나 스톱 음악을 사용한 각셀은 아님. 오리지널 아티스트와 오리지널 송 타이틀의 이름을 제공해야 함.

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Direction: 스크립트 처리 및 아이디어의 전체 실행을 인정. 이것은 창조적인 캐스팅, 강한 연기 공연, 현실적인 정신 사진, 톤 및 페이싱을 그리는 능력 등이 고려됨.

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품제인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Humour

Innovative Use of Radio & Audio: 반드시 Video Case Study로 제출

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

Original Music

Performance/Casting

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Podcasts

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Scriptwriting

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sound Design

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Use of Music

Use of Social Media: 브랜드가 소셜 미디어 플랫폼과 얼마나 잘 융합되어 있느냐

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Consumer Campaign: 소비자에게 제품이나 서비스를 판매하기 위해 만들어진 작품

Transformative Business Impact 부문

- 오늘날 크리에이티브티는 단순히 캠페인에서만 살아있는 것이 아니라 그들의 기능, 서비스, 제품, 내부 경험과 고객 경험 등을 포함한 비즈니스의 변화를 지속시켜주는 영향력 있는 역할을 하고 있다. 이 부문의 심사는 고객을 위한 솔루션을 프로모션하기 위한 역할 뿐만 아니라 솔루션 그 자체로도 평가된다

- 심사기준: Creative Solution: 50%

Key Insight: 15%

Business Impact: 25%

Problem Definition: 10%

- 파일 제출 양식: 케이스 스터디 형식으로 MOV, MP4, **실물 받지 않음**
 - JPEGs 파일도 업로드할 수 있음
 - 1,000단어 이내의 서면 요약서 첨부할 것

Commercial Transformation Sub-Categories

- Brand Manifestation:** 고객이나 종업원의 경험을 바꾸게 할 수 있는 브랜드 아이디어
- Creative Operational Transformation:** 사업운영에 영향을 준 크리에이티브 아이디어
- Customer Experience:** 사업과 고객 경험에 영향을 준 크리에이티브 아이디어
- New Technology:** 사업기능 변화를 위한 새로운 기술의 어플리케이션
- Product Design:** 사업 모델이나 향후 나아갈 방향에 영향을 준 혁신적인 제품 디자인
- Purpose:** 어떤 사업의 영업실적을 향상시키는데 목적을 둔 어플리케이션
- Specific Sector Innovations:** 특정 분야(재정, 서비스 등)를 위한 혁신
- Sustainability:** 유엔지속가능발전목표를 지원하기 위한 지속적인 사업 혁신

Community & Government Transformation Sub-Categories

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

TV/Cinema 부문

- 모범적인 아이디어, 실행 및 기술의 조합을 보여주며, TV나 극장(cinema)에서 방영을 목적으로 만들어진 커머셜 필름
- 파일 제출 양식: MOV, MP4, **실물 받지 않음**
- 캠페인 출품작은 캠페인에 사용된 모든 광고를 개별파일로 MOV, MP4로 업로드
- 비영어권 출품작은 영어로 자막이나 더빙을 한 출품작만 접수

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Public Service/Charity/NGO Campaign: (최소 2작품 이상) NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories 출품작당 1작품

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages - Alcoholic

Beverages - Non-Alcoholic

Branded Content

Business-to-Business: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Confections/Snacks

Copywriting

Corporate Purpose/Social Responsibility: 브랜드 지향적이어야 함. 윤리적, 사회적 및 환경적 문제를 지향하는 작업을 위해 사용된 창의력을 보여주어야 함.

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

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

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Furniture and Appliances

Humor

Innovative Use of TV/Cinema: Video Case Study로 제출

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

Personal Items/Gift Items

Pharmaceuticals

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Platforms: Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Vimeo, Twitter, Instagram 포함

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Tagline/Endline: 브랜드 제안을 독창적이고 지능적으로 표현하기 위해 설계된 짧은 문구. 바뀌지 않고 오랫동안 사용되어지며 브랜드와 관련된 문구로 남아있음. 문화적 규범에 따라 바뀔 수 있음

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Toys and Games

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티비티

Campaign Sub-Categories: 출품작당 최소 2작품 이상

Business-to-Business Campaign: 업계용으로 제작된 제품이나 서비스

Consumer Campaign: 소비자에게 제품이나 서비스를 판매하기 위해 만들어진 작품

Use of S Social Media & Influencers 부문

- 광고대행사나 개인들이 만든 아이디어들은 소셜미디어 플랫폼을 통해 전해지고 다른 주류나 소셜 미디어의 기존 리치나 셀러버티와 함께 개인의 소셜 자본에 영향을 미침
- 심사를 위해 출품작에 참여활동을 포함시킬 것
- 파일 제출 양식: URL, MOV, MP4. **실물 받지 않음**
 - 심사할 때 Digital assets 요구되면 URL을 제출해야 함

Public Service/Charity/NGO Sub-Category

Public Service/Charity/NGO: NGO, 비영리 단체, 자선 단체 또는 정부 기관에서만 출품할 수 있음. 브랜드는 상관없음.

Single Sub-Categories

Automotive: 전통적 차량, 자가 운전 차량 및 자동차 액세서리

Beauty: 화장품, 세면도구, 미용 절차/서비스 및 응급 처치 제품 포함

Best Use of Real Time Advertising

Beverages: 알콜, 비알콜 음료제품 포함

Cinematography

Copywriting

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

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

Direction

DIY: 주택 개선 및 공예

Editing

Education: 교육 기관, 자습서 및 온라인 수업 포함

Entertainment: 컨퍼런스/컨벤션, 라이브 이벤트, 박물관, 아트 갤러리, 뮤직 페스티벌, 극장, 동물원, 영화, TV/Cable/Online 프로그램, 복권 포함

Fashion & Accessories: 디자이너, 패션 하우스, 의류, 보석, 신발 및 핸드백 포함

Financial Services: 은행, 보험 회사 및 온라인 중개 회사 포함

Foods: 식품(소매식품체인, 레스토랑은 포함되지 않음)

Gaming: 게임 및/또는 가상 세계를 구축하거나 확장하여 플레이어와 사람들을 위한 엔터테인먼트 및 연결 경험을 생성하려는 작품.

Health Care Services: 체중감량 프로그램, 병원, 클리닉, 양로원 포함

Home Products: 청소 제품, 애완동물 제품, 가구 및 가전제품 포함

Lifestyle: 시사, 다양성 및 포용성 및 대중 문화 포함

Live Stream

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

Original Music: 음악에 가사가 있든 없든, 출품된 작품을 크리에이티브하게 만들기 위해 사용된 음악. 기존의 트랙이나 스톱 음악은 아님

Political: 후보자, 선거 및 정치적 옹호 문제 포함

Production Design

Retail: 패스트푸드점, 체육관, 소매점, 백화점 포함

Social Media Page: 브랜드나 개인을 대표하는 미디어

Social Media Post: 브랜드나 개인을 위한 유일한 소셜 미디어 게시물

Sound Design

Sports: 스포츠 이벤트, 팀 및 개인 선수 포함

Sustainability

Technology & Tech Equipment: 휴대전화, 태블릿, 컴퓨터, 게임 시스템, AR, VR, AI 포함

Travel & Leisure: 항공, 스파, 호텔, 크루즈 포함

Unboxing

Use of Facebook

Use of Instagram

Use of Snapchat

Use of TikTok

Use of Twitter

Use of YouTube

Utilities: 가스, 전기, 전화 회사 포함

Zeitgeist(시대정신): 특정 시간대의 정신, 분위기, 문화나 하위문화 크리에이티브티