

2024 뉴욕페스티벌 국제광고상(NYFA) 한글 출품요강

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

가. 기존 ID가 없는 출품사는 회원가입 후 출품

2. CATEGORIES

가. 카테고리 그룹/모든 출품작은 싱글, 캠페인에 출품할 수 있음

| 카테고리 그룹 (Categories Group) | Sub-Category |
|---------------------------------|--------------|
| ACTIVATION & ENGAGEMENT | 32 |
| AUDIO/RADIO | 31 |
| AVANT-GARDE/INNOVATIVE | 13 |
| BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT | 47 |
| COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS | 23 |
| CREATIVITY IN COMMERCE | 35 |
| DESIGN | 32 |
| DIGITAL/MOBILE | 37 |
| DIRECT | 32 |
| FILM | 26 |
| FILM CRAFT | 16 |
| FINANCIAL | 41 |
| OUTDOOR | 37 |
| PACKAGE & PRODUCT DESIGN | 29 |
| PRINT | 29 |
| PUBLIC RELATIONS | 32 |
| PURPOSE | 13 |
| SMALL AGENCY | 30 |
| SOCIAL MEDIA & INFLUENCER | 26 |
| SPORTS | 25 |
| STUDENT | 33 |
| THE FUTURE NOW | 14 |
| THE NEW YORK CITY AWARD / 출품료없음 | 1 |
| NYF'IN FUNNY / 출품료없음 | 1 |



3. DEADLINES & ENTRY FEES

가. 출품료 및 마감일

(단위: US\$)

| 구분 | 출품마감일 | 출품료 | | |
|---------------------|---------------------|--------|-------------|----------|
| | | Single | Single PLUS | Campaign |
| Open For Entries | ~2023.12.6. | \$550 | \$650 | \$1,200 |
| Early Bird Deadline | 2023.12.6.~2024.2.1 | \$600 | \$700 | \$1,300 |
| Official Deadline | 2024.2.2.~2024.4.5 | \$700 | \$800 | \$1,400 |
| Final Deadline | 2024.4.5.~2024.4.26 | \$750 | \$850 | \$1,500 |
| Student | 전기간 | \$100 | | |

- ㉠ 한 작품 이상을 출품할 경우, 출품자들의 총 출품료를 한 번에 결제할 것
- ㉡ 온라인 출품이 완료한 후 7일 이내에 출품료를 결제해야 함
- ㉢ **LATE ENTRY FEE:** Final Deadline(2024.4.26.) 이후 출품작에는 10%의 Late Entry Processing Fee가 부과될 수 있음.

나. 대금결제 및 수수료 PROCESSING FEES

- ① 결제방법: 은행송금, 신용카드(VISA, MasterCard, AMEX)
- ② **CREDIT CARD** 수수료: Visa/Master Card 3%, AMEX 3.2%
- ③ **WIRE (OR BANK)** 수수료: \$125.
 - ㉠ 수수료는 출품료에 추가되어 청구됨
 - ㉡ 송금관련 모든 비용은 출품사가 지급해야 함
 - ㉢ 송장번호로 출품사를 확인하기 때문에 송금양식에 송장번호를 반드시 입력할 것.
 - ㉣ 송금 관련 금융관련정보와 인보이서를 accounting@newyorkfestivals.com보낼 것
 - ㉤ 뉴욕페스티벌에서는 매체취급수수료(MEDIA HANDLING FEES), 판매세(SALES TAX) 또는 부가가치세(VAT TAXES) 등은 청구하지 않음
- ④ 출품료 환불 규정
 - ㉠ 출품료 결제 후 14일 이내에 서면으로 요청할 경우에 한해 환불됨. 환불시 작품당 \$100씩 관리비용(administrative costs)이 부과됨
 - ㉡ 14일 이후 요청할 경우, NYF의 심사시스템에 출품작이 올려져 있거나 심사가 진행 중일 중에는 환불되지 않으나, 심사를 하지 않도록 막을 수는 있음.
 - ㉢ 심사가 시작되면 환불되지 않음

4. ENTRY TYPE

- ① Single:
 - ㉠ 최대 2개의 파일(출품작 하나+비디오나 케이스 보드 등의 보충자료 하나).
 - ㉡ 보충자료로 출품작을 대체할 수는 없음.
- ② Single Plus:
 - ㉠ 최대 6개의 파일(출품작 하나+보충자료 다섯).
 - ㉡ 출품작의 개별적인 여러 출품작들은 캠페인으로 출품해야 함
- ③ Campaign:
 - ㉠ 출품작과 관련된 전체 모음
 - ㉡ 6개의 메인 작품이나 보충자료로 출품할 수 있으며, 모든 작품은 심사에 반영됨

5. ELIGIBILITY

- ① 미디어 구매 확인
 - ㉠ 2023년 1월 1일~2024년 4월 26일 사이 방영/노출된 작품.
 - ㉡ 출품사는 요청이 있을 경우 미디어를 구매한 확인서류를 보여줄 수 있어야 함.
- ② **JURY DISPOSITION:**
 - ㉠ 뉴욕페스티벌은 심사위원에게 출품작이 원래 출품한 카테고리가 적합하지 않다고 판단될 경우, 출품그룹/카테고리를 옮길 수 있는 권한을 부여함.
 - ㉡ 심사위원은 다른 카테고리로 옮겨진 작품은 원래 그 작품이 수상하기로 되어있던 것보다 높은 상을 받는 것에 동의함
- ③ **SCAMGUARD:** 뉴욕페스티벌의 SCAMGUARD 시스템은, 심사위원들이 Scam Ad로 의심되는 작품에 대해 익명으로 Flag를 달고 의견을 제출하도록 되어 있음.
- ④ **FLAGGED ENTRIES:** NYF에서는 Flag가 달린 모든 작품에 대한 사실 조사를 실시함; 조사에서 Scam Ad로 판명될 경우, 출품사와 Credit 명단에 올려져 있는 모든 사람들은 향후 3년간 뉴욕페스티벌에 출품할 수 없음

6. ENTRY PROCESS GUIDELINES

- ① 출품 사이트에 올려져 있는 작품이 6주 이상 아무런 활동이 없으면, 출품을 하지 않은 것으로 간주되어 자동으로 삭제될 수 있음
- ② 출품자는 체크아웃 후 최대 72시간 또는 항목 수정 마감일 중 먼저 도래하는 날짜까지 시간적 여유를 가질 수 있음.
- ③ **원고 작성 방법**
 - ㉠ 모든 수상작은 출품시 제출한 그대로 웹사이트에 소개되기 때문에, 수상작품명, 출품

사, 브랜드명 등을 정확한 철자와 대·소문자로 표기할 것

④ 출품요약서 (최대 800단어)

① 요약서에는 귀사 출품작이 이 카테고리에서 왜 상을 받아야 하는지와 그 이유를 심사위원에게 설명할 것.

② 추가 컨텍스트, 설명 또는 통계를 포함할 수 있는 좋은 기회임.

⑤ 번역

① **Film:** 쉽고 잘 읽히는 서체 자막으로 제출(예) 검정바탕에 백자 등). 만약 자막삽입이 불가능할 경우, 출품요강의 번역공간에 스크립트 텍스트를 포함시킬 것

② **Audio:** 영어가 아닌 RADIO의 경우 심사위원들이 출품작을 이해할 수 있도록 완벽한 영문 스크립트를 제출할 것.

③ **WEBSITE:** 관련된 메뉴 섹션, 헤드라인, 텍스트 등을 번역해서 제출

7. TECHNICAL SPECIFICATIONS

3분을 넘지 않은 Case Study를 먼저 올릴 것

① MOV AND MP4: **PRORES** 파일은 받지 않음

② MP3: original format으로 업로드할 것

③ PDF: 하나 이상의 이미지를 포함할 수 있음. 심사할 때 확대할 수 있도록 할 것.

④ JPG/JPEG:

① 가능하면 확대하지 말 것

② 고해상도 좌우비율 4:3(16:9)로 PDF 제출

⑤ WEBSITE URL:

① 웹사이트와 크리에이티브 내용들을 지원해 주는 웹페이지도 제출

② 모든 링크주소는 2024년 7월까지 활성화되어야 하며, 패스워드나 로그인 없이 바로 출품작으로 연결될 수 있도록 할 것

③ 공정하고 편견없는 심사를 위해 웹사이트에 광고회사 이름을 넣지 말 것

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

8. 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 홈페이지 스토어에서 추가 주문할 수 있음

④ 상의 순위

◆ BEST OF SHOW

◆ GRAND AWARD

◆ GOLD

◆ SILVER

◆ BRONZE

◆ FINALIST

9. INDUSTRY & SPECIAL AWARDS

① HOLDING COMPANY OF THE YEAR: 모든 미디어에서 네트워크사 및 광고회사들이 수상한 점수를 통합해서 제일 높은 홀딩컴퍼니에게 주어지는 상

② GLOBAL BRAND OF THE YEAR: 효과적인 커뮤니케이션을 보여주는 혁신적이고 크리에이티브한 마케팅으로 통해 최고의 점수를 받은 브랜드에게 주어지는 상.

③ GLOBAL AGENCY NETWORK OF THE YEAR: 전체 출품 그룹과 카테고리에서 최다득점을 얻은 advertising agency network이 수상. 네트워크 회사는 네트워크에서 100% 혹은 지배 회사이거나 이름이나 브랜딩을 사용하여 네트워크로 연결된 회사임

④ REGIONAL AGENCY OF THE YEAR: 북아메리카, 남아메리카, 중동/아프리카, 유럽, 아시아/태평양 5개 지역으로 구분, 각 지역에서 전체 출품 그룹과 카테고리에서 최고의 점수를 받은 advertising agency가 수상.

⑤ BOUTIQUE AGENCY OF THE YEAR: 네트워크 agency에 속하지 않고, 직원수 75명 미만의 회사 중에서 시장에 강한 임팩트를 주는 광고를 만든 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 출품작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파이널 리스트는 해당되지 않음. 싱글과 캠페인 출품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경우, 이 상은 시상하지 않음

⑥ 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

⑦ BEST NEW AGENCY OF THE YEAR: 창업 4년 미만 광고회사 중에서 국제적으로 뛰어난 크리에이티브 능력을 보이고 있는 회사 중 최고 득점을 한 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 출품작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파

이널리스트는 해당되지 않음. 싱글과 캠페인 출품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경우, 이 상은 시상하지 않음

- ⑧ **INDEPENDENT AGENCY OF THE YEAR:** 출품주체(해당 광고회사에서 출품했던 다른 관계회사들이 출품했다)와 상관없이 전체 출품 그룹과 카테고리에서 가장 높은 점수를 받은 네트워크에 속하지 않은 독립광고회사(Independent Agency)에게 수여. 동일하거나 다른 출품작으로 최소 3개의 다른 상을 받은 광고회사 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사에게 수여됨.
- ⑨ **FILM PRODUCTION COMPANY OF THE YEAR:** 출품주체(프로덕션, 대행사, 혹은 관련회사 등)와 상관없이 모든 경쟁 그룹에서 가장 높은 점수를 획득한 제작사에게 수여됨. 출품자들은 제작사들이 수상할 수 있도록 크레딧에 제작사를 포함시킬 것.
- ⑩ **BEST OF SHOW:** Executive Jury들이 금상 수상작 중에서 특별한 대접을 받을 만한 크리에이티브리티와 이노베이션을 가진 한 작품에게 수여
- ⑪ **PUBLIC RELATIONS AGENCY OF THE YEAR:** PR회사와 관련된 모든 출품작이 출품할 수 있음. 메달수를 기준으로 올해의 PR대행사 선정

10. CREDITS

- ① 출품사는 출품시 크레딧 정보를 입력할 때 최선을 다해서 입력할 것
- ② 출품작을 제출하고 수상을 할 경우, 트로피의 수상자 목록에는
 - 출품사
 - 네트워크/브랜드명(있는 경우)
 - 수상작품명
 - 수상카테고리
 - 수상연도
 - 크레딧의 처음 열 사람이 직함이 표기됨
- ③ 추가되는 사람은 직함과 함께 NYF웹사이트의 쇼케이스에 올려짐.
- ④ **크레딧과 배송주소를 업데이트:** 출품작이 쇼트리스트에 선정되었다는 통보를 받으면, 파이널리스트가 발표되기 전까지 크레딧과 배송주소를 업데이트하고 수정할 수 있는 기회가 주어짐. 만약 수정한 내용이 통보되지 않으면, 출품할 때 입력한 크레딧과 배송주소가 기록할 정보로 간주하여, 수상 트로피는 출품할 때 제출한 주소로만 발송됨.
- ⑤ 반송이나 재발송 비용이 발행할 경우에는 출품사에서 부담해야 함

11. 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 보호해 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 사람은 여기에 기재된 모든 권리에 대해 완전한 권한을 갖고 있음에 동의하였음

12. 출품작의 처분

- ① 제출된 출품작과 자료는 반환되지 않으며 뉴욕 페스티벌이 적절하다고 판단하는 경우 교육 또는 판촉 목적으로 표시, 전시, 복제, 출판 또는 복제할 수 있음. 광고제에 출품하는 출품사는 International Awards Group, LLC 및 그 계열사에서 사용하여 발생하는 모든 청구에 대한 비용이나 지출로부터 면제된다는 데 동의하였음

13. 출품문의 및 대행

- ① 대행수수료: 작품당 200,000원
- ② 영상파일 변환 제작비

| 구분 | 내역 | 금액(원) | |
|------------|--------------------|---------|---------|
| 영상파일 변환제작비 | 번역료 (시놉시스 포함) | 200,000 | |
| | - 30초 작품 기준 | 자막삽입 | 200,000 |
| | - 시놉시스 최대 100단어 기준 | 파일제작 | 200,000 |

- ③ 문의: 배석봉 뉴욕페스티벌한국대표, Tel: 010-2716-5830, baeseogbong@gmail.com

CATEGORIES

ACTIVATION & ENGAGEMENT 카테고리 그룹

- ① 타겟 오디언스와 적극적인 상호관계를 통해 브랜드를 구축한 작품.
- ② 작품은 상상력의 제한적인 표현임.
- ③ 이벤트, 영상, 플래쉬 몹, 야외 조각물 등도 포함됨.
- ④ 소극적인 작품의 출품은 권하지 않음. 이 카테고리 그룹 출품작은 전략적 오디언스에게 광고물을 단순히 보여주지만 하는 것이 아닌 브랜드 자체를 느끼게 해줘야 함.
- ⑤ 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 공동체의식의 강화를 통해 새로운 가치를 만들어내는 것. 사용자 제작 콘텐츠 포함
- AE04 **COMPETITIONS & PROMOTIONAL GAMES:** 경쟁, 내기도박, 복권
- AE05 **CROSS-PLATFORM:** 소비자를 끌어들일 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-Home용 작품

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:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원

AE16 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

AE17 **TECHNOLOGY:** Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용

AE18 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

AE19 **VR/AR:** 가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것

PRODUCTS & SERVICES BEST USE

AE20 **AUTOMOTIVE:** 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품

AE21 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

AE22 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

AE23 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

AE24 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

AE25 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

AE26 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 기타 소모품

AE27 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것

AE28 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

AE29 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래 관련

AE30 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기,

유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

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

AE32 UTILITIES: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

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: 라디오 시청자를 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 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA: 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- AU10 TECHNOLOGY: 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용
- AU11 USE OF DATA: 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨
- AU12 USE OF ORIGINAL MUSIC
- AU13 USE OF LICENSED MUSIC

CRAFT

- AU14 ACTING/VOICEOVER
- AU15 BEST USE OF HUMOR
- AU16 MUSIC/SOUND DESIGN
- AU17 SCRIPT/COPYWRITING
- AU18 SOUND/AUDIO MIXING

PRODUCTS & SERVICES

- AU19 AUTOMOTIVE: 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품
- AU20 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- AU21 DURABLE GOODS: 오랜 시간 효용성을 제공하는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감
- AU22 FOOD/DRINK/RESTAURANTS: 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑
- AU23 HEALTHCARE: 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품
- AU24 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS: 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- AU25 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS: 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 소모품
- AU26 OTHER: 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- AU27 POLITICS & GOVERNMENT: 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- AU28 RETAIL STORES & eCOMMERCE: 모든 소매점 및 전자상거래
- AU29 TRANSPORTATION: 지하철, 열차, 버스, 자전거 공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- AU30 TRAVEL/LEISURE: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- AU31 UTILITIES: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

AVANT-GARDE/INNOVATIVE 카테고리 그룹

- ① 독특하고 새롭고 창의적이고 혁신적이고 독창적인 크리에이티브 방법으로 제작된 작품
- 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 작품을 구성하는 뛰어난 구성요소들에 무게를 둠

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, 혁신적, 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:** 브랜드나 영리기업들이 후원하는 사회개선을 위한 공공서비스나 공공교육

AG11 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

AG12 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

AG13 **TECHNOLOGY:** 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용

BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT 카테고리 그룹

① 소비자들과 소통하는 방법으로 오락/콘텐츠가 포함된 브랜드 메시지를 끊임없이 조화시

키고 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 일부분으로 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 일부분으로 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:** 브랜드나 영리기업들이 후원하는 사회개선을 위한 공공서비스나 공공교육

BE08 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

BE09 **SPONSORSHIP INTEGRATION:** 오디언스와 감정적인 공감을 만들어주는 스폰서와 콘텐츠의 결합

BE10 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

BE11 **USER-GENERATED CONTENT:** 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력

BE12 **VR/AR:** 가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것

CRAFT

BE13 **ACTING:** 하나 이상의 뛰어난 업적. **ACTING**이나 Casting으로 출품해야 하며 같이 출품할 수는 없음

BE14 **ANIMATION:** 모든 형태의 애니메이션. 애니메이션과 인티그레이션이 믹스된 라이브 영상도 가능

BE15 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN:** 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art DIRECTION이나 Design

BE16 **BEST ORIGINAL MUSIC:** 브랜드나 작품에 사용된 Original Music 평가

BE17 **BEST USE OF HUMOR:** 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머

BE18 **BEST USE OF MUSIC:** 작품에 사용된 라이선스 혹은 편곡된 음악 평가

BE19 **CASTING:** 작품을 완성하는데 있어서의 캐스팅의 역할. **ACTING**이나 Casting으로 출품해야 하며 같이 출품할 수는 없음

BE20 **CINEMATOGRAPHY:** 비디오, 필름 등 동영상에서의 사진사용의 우수한 예술성

BE21 **DIRECTION :** 비디오나 필름과 같은 동영상에서의 DIRECTION의 우수한 예술성

BE22 **EDITING:** 포스터프로덕션의 편집/재단의 스타일과 솜씨 평가

BE23 **OTHER:** 심사를 위한 craft 요인을 반드시 명기할 것

BE24 **PRODUCTION ACCOMPLISHMENT:** 작품을 완성하기 위해 함께 일한 모든 기술적 요인의 뛰어난 결과

BE25 **SCRIPT/COPYWRITING**

BE26 **SOUND DESIGN/USE OF SOUND:** 작품에 사용된 사운드 디자인, 오디오 믹싱 또는 사운드의 사용 등을 평가

BE27 **VISUAL EFFECTS:** 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 비주얼 효과

DISCIPLINE

BE28 **AUDIO/RADIO**

BE29 **DIGITAL/MOBILE/SOCIAL**

BE30 **FILM - CINEMA/TV:** 영화나 텔레비전용으로 만든 필름이나 비디오

BE31 **FILM - ONLINE:** 웹, 스트리밍, 앱이나 기타 온라인용 매체용 필름이나 비디오

BE32 **OUTDOOR:** 옥외 매체용

BE33 **PRINT - DESIGN:** 전통적이거나 디지털 인쇄 매체용 디자인, 아트, 사진

BE34 **PRINT - WRITTEN:** 오락을 위한 인쇄용 원고, 책, 기사, 이야기, 광고문안 등

PRODUCTS & SERVICES

BE35 **AUTOMOTIVE:** 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품

BE36 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

BE37 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품, 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

BE38 **FINANCIAL & INVESTMENT:** 은행, 투자, 보험

BE39 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

BE40 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

BE41 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

BE42 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품

BE43 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것

BE44 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

BE45 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래

BE46 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거 공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

BE47 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

BE48 **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:** 타겟 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:** 브랜드나 영리기업들이 후원하는 사회개선을 위한 공공서비스나 공공교육
- CP06 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- CP07 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되어졌거나, 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨
- CP08 **USER-GENERATED CONTENT :** 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자 간의 최상의 협력
- CP09 **VIRAL:** 바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품

PRODUCTS & SERVICES

- CP10 **AUTOMOTIVE:** 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품
- CP11 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- CP12 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감
- CP13 **FINANCIAL & INVESTMENT:** 은행, 투자, 보험
- CP14 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑
- CP15 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품
- CP16 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- CP17 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품

- CP18 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- CP19 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- CP20 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래
- CP21 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- CP22 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- CP23 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

CREATIVITY IN COMMERCE 카테고리 그룹

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

출품작은 아래 토픽에 대한 추가정보를 제출할 것(토픽별 400단어 미만)

- INSIGHT
- CONTEXT
- EXECUTION
- IDEA
- RESULTS
- CONVERSION

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 작

업. 여기에는 프로모션, 대회, 지오 펜싱, 앱 및 소셜 통합 등이 포함되지만 이에 국한되지는 않음.

- CC06 **ECOMMERCE DESIGN**: 온라인 커머셜 사이트나 앱을 위한 디자인
- CC07 **ENTERTAINMENT COMMERCE**: 예기치 않은 파트너십과 브랜드 경험을 통한 업무상 상거래 및 엔터테인먼트 콘텐츠의 원활한 통합. 긴 형식의 콘텐츠, 소극장, 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, 암호화폐, nfts, 모바일 지급 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 홍보, 메시지를 홍보 위해 만들어진 아이템
- 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 보충), 환경 친화적인 운송 옵션, 폐기물 관리, 선(善)을 위한 상거래 등을 포함하되 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, 가정용 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 제품이나 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, 건제품 또는 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. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- CC34 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- CC35 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

DESIGN 카테고리 그룹

- ① 시각적 장인정신의 창의적인 우수성을 잘 보여주는 작품
- ② 여기에서의 예술은 상업과 만나 영감을 주고 즐거움을 선사하며 흥미를 유발하고 소비자의 시선을 사로잡으며 브랜드 인지도를 창출시키고 있음

- 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. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

CRAFT

- DE19 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN:** 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 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 카테고

리에는 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 메시지 홍보를 위한 관광·레저 디자인
- DE31 **PUBLIC SPACES:** 공공장소를 위한 공공 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 일부로서 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 창의적, 혁신적, 독창적인 방법으로 기술을 사용. 시놉시스에 이 아이디어가 혁신적인지를 설명해야 함
- DM09 **INTERFACE & NAVIGATION:** UX/UI
- DM10 **IN-LOCATION EXPERIENCES:** 물리적 위치의 고객을 위한 혁신적이고, 재미있

고, 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:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원
- DM37 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

DIRECT 카테고리 그룹

- ① 1:1 커뮤니케이션/관계를 만들어 타겟 오디언스에게 브랜드를 직접 소구하는 작품
- ② 좋은 작품은 브랜드 이미지를 형성하고 알리는데 많은 도움을 줌. 이것은 소비자들이 구입하게 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:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원
- DC06 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- DC07 **TARGETED MAILING/PROGRAMMATIC MAILING:** 자동화된 시스템을 통해 목표로 하는 오디언스와 직접 연결시키는 광고
- DC08 **TECHNOLOGY:** 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새로운 기술을 사용
- DC09 **USE OF BROADCAST/STREAMING:** 미디어를 이용한 방송이나 스트림을 통해 목표로 하는 오디언스와 직접 연결시키는 광고
- DC10 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨
- DC11 **USER-GENERATED CONTENT:** 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자

자간의 최상의 협력

DC12 **IRL TO VIRTUAL INTEGRATION:** 다이렉트 메일에서 디지털 채널로 트랙픽을 유도하기 위해 통합된 캠페인

CRAFT

DC13 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN:** 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art DIRECTION이나 Design

DC14 **BEST USE OF HUMOR:** 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머

DC15 **COPYWRITING**

DC16 **GRAPHIC DESIGN**

DC17 **ILLUSTRATION**

DC18 **OTHER:** 시놉시스에 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것

DC19 **PHOTOGRAPHY**

DC20 **TYPOGRAPHY**

PRODUCTS & SERVICES

DC21 **AUTOMOTIVE:** 자동차, 부품, 수리, 연료 등과 관련된 작품. 대중교통은 TRANSPORTATION에 출품

DC22 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

DC23 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공하는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

DC24 **FINANCIAL & INVESTMENT:** 은행, 투자, 보험

DC25 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

DC26 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

DC27 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

DC28 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장 식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품

DC29 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지 말 것

DC30 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래

DC31 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

DC32 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의

여행, 관광, 레저 활동 포함

DC33 **UTILITIES:** 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

FILM 카테고리 그룹

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

② 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 3개 이상의 다른 미디어를 사용

FI03 **INTERACTIVE:** 인터랙티브용 필름

FI04 **MADE FOR ONLINE:** 통상 콘텐츠가 긴 온라인용. 이 카테고리에 출품할 경우 FI05, FI06에는 출품하지 못함

FI05 **MADE FOR SOCIAL MEDIA:** 통상 콘텐츠가 짧은 소셜미디어용. 이 카테고리에 출품할 경우 FI04, FI06에는 출품하지 못함

FI06 **MADE FOR TV & CINEMA:** TV & cinema용으로 제작된 필름이나 영상물. 이 카테고리에 출품할 경우 FI04, FI05에는 출품하지 못함

FI07 **REAL-TIME RESPONSE:** 현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품

FI08 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

FI09 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원

FI10 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

FI11 **UNDER :10 SECONDS**

FI12 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함

FI13 **VIRAL**: 바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품

PRODUCTS & SERVICES

FI14 **AUTOMOTIVE**: 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 TRANSPORTATION 카테고리
고리에 출품

FI15 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리
브랜딩 등

FI16 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용
전자기기, 스포츠용품, 장난감

FI17 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS**: 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

FI18 **HEALTHCARE**: 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나
서비스와 관련된 작품

FI19 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS**: 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

FI20 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS**: 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식
품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품

FI21 **OTHER**: 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이
카테고리로 출품하지말 것

FI22 **POLITICS & GOVERNMENT**: 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

FI23 **RETAIL STORES & eCOMMERCE**: 모든 소매점 및 전자상거래 관련

FI24 **TRANSPORTATION**: 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유
람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE카테고리에 출품

FI25 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여
행, 관광, 레저 활동 포함

FI26 **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 무
빙 부분들을 조율하고 위대한 광고를 만드는 데 기여해온 무대 뒤에 숨어 있는 훌륭한
개인 기여자들에게 스포트라이트를 주기 위함

심사기준: • **100%** EXECUTION

카테고리

FILM CRAFT

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

FC02 ANIMATION

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

FC04 **CASTING**: 작품을 승화시킨 캐스팅의 장점. CASTING 이나 ACTING 한 카테고
리만 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. 시놉시
스에 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 관련
된 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 집행된 모든 형태의 미디어 광고 포함

FN29 GUERRILLA/ALTERNATIVE MEDIA/LOCATION-BASED MEDIA: PR 스탠트, 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 예상고객에게 알리거나 인지도를 높이기 위해 사용된 커뮤니케이션

FN37 PUBLIC RELATIONS

FN38 SPONSORSHIP: 스폰서십, 프로모션, 티어-인

FN39 ONLINE

FN40 SOCIAL MEDIA: 소셜미디어 플랫폼용으로 제작된 작품

FN41 WEBSITE

OUTDOOR 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**: 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원
- OU10 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA**: 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- OU11 **TAKEOVER**
- OU12 **TECHNOLOGY**: 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용
- OU13 **TRANSIT**: 아웃도어 광고나 마케팅을 위한 트랜짓의 최상의 사용
- OU14 **USE OF DATA**: 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨
- OU15 **USER-GENERATED CONTENT**: 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력

CRAFT

- OU16 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN**: 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art Direction이나 Design
- OU17 **BEST USE OF HUMOR**: 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머
- OU18 **COPYWRITING**
- OU19 **GRAPHIC DESIGN**
- OU20 **ILLUSTRATION**
- OU21 **OTHER**: 시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것
- OU22 **PHOTOGRAPHY**
- OU23 **TYPOGRAPHY**

PRODUCTS & SERVICES

- OU24 **AUTOMOTIVE**: 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품
- OU25 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B**: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜드 등
- OU03 **FINANCIAL & INVESTMENT**: 은행, 투자, 보험
- OU26 **DURABLE GOODS**: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

- OU27 **FINANCIAL & INVESTMENT**: 은행, 투자, 보험
- OU28 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS**: 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑
- OU29 **HEALTHCARE**: 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품
- OU30 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS**: 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- OU31 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS**: 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품
- OU32 **OTHER**: 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- OU33 **POLITICS & GOVERNMENT**: 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- OU34 **RETAIL STORES & eCOMMERCE**: 모든 소매점 및 전자상거래
- OU35 **TRANSPORTATION**: 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- OU36 **TRAVEL/LEISURE**: 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- OU37 **UTILITIES**: 통신, 에너지를 포함하지만 이에 한정되지는 않음.

PACKAGE & PRODUCT DESIGN 카테고리 그룹

- ① 이 카테고리 그룹은 패키지나 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 설명할 것
- PD04 **REAL-TIME RESPONSE:** 현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자 등에 관한 작품
- PD05 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원
- PD06 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- PD07 **TECHNOLOGY:** 혁신적이고 크리에이티브하고, 독특하고, 새로운 패키징이나 제품 디자인에 사용된 기술
- PD08 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

CRAFT

- PD09 **ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN:** 컨셉을 승화시키거나 작품에 부합되는 Art DIRECTION이나 Design
- PD10 **COPYWRITING**
- PD11 **GRAPHIC DESIGN**
- PD12 **ILLUSTRATION**
- PD13 **OTHER:** 시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것
- PD14 **PHOTOGRAPHY**
- PD15 **TYPOGRAPHY**

RODUCTS & SERVICES

- PD16 **AUTOMOTIVE:** 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품
- PD17 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등
- PD18 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공하는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감
- PD19 **FINANCIAL & INVESTMENT:** 은행, 투자, 보험
- PD20 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑
- PD21 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품
- PD22 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트
- PD23 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식

- 품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 소모품
- PD24 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것
- PD25 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션
- PD26 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래
- PD27 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품
- PD28 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함
- PD29 **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 투자 등에 관한 작업
- PT06 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원
- PT07 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원
- PT08 **TECHNOLOGY:** Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용
- PT09 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

CRAFT

PT10 ART DIRECTION

PT11 BEST USE OF HUMOR: 컨셉을 향상시키기 위해 사용된 유머

PT12 COPYWRITING

PT13 GRAPHIC DESIGN

PT14 ILLUSTRATION

PT15 OTHER: 시놉시스에서 심사해야 할 Craft 요소를 기재할 것

PT16 PHOTOGRAPHY

PT17 TYPOGRAPHY

PRODUCTS & SERVICES

PT18 AUTOMOTIVE: 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품

PT19 CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B: 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

PT20 DURABLE GOODS: 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

PT21 FOOD/DRINK/RESTAURANTS: 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

PT22 HEALTHCARE: 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

PT23 MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS: 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

PT24 NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS: 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건재품 또는 소모품

PT25 OTHER: 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지 말 것

PT26 POLITICS & GOVERNMENT: 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

PT27 RETAIL STORES & eCOMMERCE: 모든 소매점 및 전자상거래 관련

PT28 TRANSPORTATION: 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

PT29 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, 창의적인 커뮤니케이션과 인지도 향상을 통해 이룩한 업적

② 기업 브랜딩, 위기관리, 이벤트, 공공서비스광고. PR캠페인을 포함하지만 이에 한정되지 않고 매체관리도 포함됨

출품작은 아래 토픽에 대한 추가정보를 제출할 것(토픽별 400단어 미만)

• TARGET AUDIENCE

• OBJECTIVE

• RESEARCH

• PLANNING

• EXECUTION

• EVIDENCE OF RESULT

카테고리

BEST USE

PR01 BRAND LOYALTY: 브랜드 로열티를 향상시키기 위해 만든 작품

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

PR03 CELEBRITY/INFLUENCER: 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 투자 등에 관한 작업

PR14 SMALL BUDGET/BIG IDEA: 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

PR15 SOCIAL MEDIA: 페이스북, 트위터, 인스타그램과 같은 소셜미디어 사용

PR16 SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND: 보다 좋은 사회를 위한공공서비스

나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원

PR17 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

PR18 **TECHNOLOGY:** Activation & Engagement 요소에 최고의 기술을 사용

PR19 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되어졌거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

PRODUCTS & SERVICES

PR20 **AUTOMOTIVE:** 차량, 부품, 정비, 연료 등. 대중교통은 Transportation에 출품

PR21 **CORPORATE IMAGE/CONSUMER SERVICES/B2B:** 자체홍보, 사내통신, 채용, 리브랜딩 등

PR22 **DURABLE GOODS:** 오랜 시간 효용성을 제공해주는 상품. 가구, 가전제품, 가정용 전자기기, 스포츠용품, 장난감

PR23 **FOOD/DRINK/RESTAURANTS:** 모든 형태의 식품, 음료, 식료품점, 레스토랑

PR24 **HEALTHCARE:** 건강이나 건강관리, 약품, 피트니스, 정신건강 등에 관한 제품이나 서비스와 관련된 작품

PR25 **MEDIA/ENTERTAINMENT/EVENTS:** 모든 형태의 미디어, 오락, 이벤트

PR26 **NON-DURABLE HOUSEHOLD GOODS:** 빠르게 움직이는 소비재(FMCG), 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 처방전 없이 판매되는 약, 건제품 또는 소모품

PR27 **OTHER:** 위의 카테고리에 맞지 않는 제품이나 서비스. 아무 제품이나 서비스를 이 카테고리로 출품하지말 것

PR28 **POLITICS & GOVERNMENT:** 정치, 정부, 공공정책과 관련된 커뮤니케이션

PR29 **RETAIL STORES & eCOMMERCE:** 모든 소매점 및 전자상거래

PR30 **TRANSPORTATION:** 지하철, 열차, 버스, 자전거공유와 관련된 이동수단. 비행기, 유람선, 관광차량은 TRAVEL/LEISURE로 출품

PR31 **TRAVEL/LEISURE:** 비행기, 유람선, 호텔, 레크리에이션 뿐만 아니라 모든 형태의 여행, 관광, 레저 활동 포함

PR32 **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 **ANIMAL WELFARE**

WI02 **CHILDREN'S HEALTH, HAPPINESS AND SAFETY:** 어린이를 돕기 위한 어떤 형태의 공공서비스 캠페인

WI03 **CIVIC & SOCIAL EDUCATION:** 교육, 시민, 사회적 문제 등에 관한 공공서비스

WI04 **EMERGENCY RELIEF** 재난 이벤트에 대응하기 위한 공공서비스 캠페인

WI05 **ENVIRONMENT/CLIMATE CHANGE & SUSTAINABILITY:** 환경을 돕기 위한 교육, 인식의 변화, 행동유발 등과 관련된 공공서비스 캠페인

WI06 **FINANCIAL WELL-BEING**

WI07 **HUMAN RIGHTS:** 인권 신장과 옹호를 위한 교육, 인식의 변화, 행동의 고취 등에 관한 공공서비스 캠페인

WI08 **MENTAL HEALTH**

WI09 **PHILANTHROPIC APPEALS:** 대의명분을 위해 돈을 모으기 위한 공공서비스

WI10 **PHYSICAL WELL-BEING**

WI11 **PROMOTION OF PEACE:** 평화를 신장하기 위한 공공서비스 캠페인

WI12 **TECHNOLOGY FOR GOOD:** 광고의 효과와 목적을 위해 사용한 기술

WI13 **UNIQUE PARTNERSHIP FOR GOOD:** 더 나은 사회를 위해 노력하는 둘 이상 단체 간의 협력

SMALL AGENCY 카테고리 그룹

① 임직원 50인 미만의 광고대행사가 대상

② 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:** 포장식품, 음료, 화장품, 캔디, 세면도구, 치방전 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 전달
- ② 결과는 views, likes, shares, comments, USER-GENERATED CONTENT 등에 의해 측정됨
- ③ 페이스북, 인스타그램, 트위터, 인플루언스 등을 통한 마케팅 활동도 포함됨

- 심사기준:**
- 40% IDEA
 - 20% BRAND RELEVANCE
 - 20% EXECUTION
 - 20% RESULTS

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 투자등에 관한 작업

SM06 **SMALL BUDGET/BIG IDEA:** 제한된 예산/자원으로 이룩한 뛰어난 업적. 시놉시스

에 예산과 이 상을 받아야 할 설명을 포함시켜야 함

SM07 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. 브랜드나 영리기업들이 후원

SM08 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

SM09 **TECHNOLOGY:** 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용

SM10 **USE OF DATA:** 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 아울러 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

SM11 **USER-GENERATED CONTENT:** 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자간의 최상의 협력

SM12 **VIRAL:** 바이럴에서 배포하거나 공유할 목적으로 만든 작품

SM13 **GRAPHIC DESIGN**

SM14 **VIDEO**

SM15 **ANIMATION**

SM16 **STORYTELLING**

SM17 **COMMUNITY ENGAGEMENT:** 소셜 미디어 캠페인에서 정교한 내러티브를 가장 잘 활용하여 이야기를 전달하고 청중을 활성화 또는 참여시킬 것.

SM18 **COMMUNITY ACTIVATION:** 소셜 미디어 콘텐츠 및 활동은 브랜드 인지도, 참여 및 판매를 유도하기 위해 특정 온라인 커뮤니티에 참여하고 활성화하는 것을 의미.

PLATFORM

SM19 **FACEBOOK**

SM20 **INSTAGRAM**

SM21 **LINKEDIN**

SM22 **OTHER PLATFORM**

SM23 **SNAPCHAT**

SM24 **TIKTOK**

SM25 **TWITTER**

SM26 **YOUTUBE**

SPORTS 카테고리 그룹

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

② 스포츠 이벤트 프로모션, 슈퍼볼 광고, 운동선수 광고도 포함

- 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, 웹블든 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 일부분으로 다른 미디어에서 비슷하게 집행하는 전형적인 통합 캠페인을 의미하는 것은 아님

SP06 **DIGITAL DISPLAYS**

SP07 **ENDORSEMENTS:** 제품, 서비스, 브랜드를 알리기 위해 스포츠 선수, 유명인, 운동선수 등을 이용한 광고

SP08 **eSPORTS**

SP09 **EVENTS & STUNTS:** 이벤트나 스텐트를 통한 브랜드 메시지. 반드시 스포츠 관련된 브랜드나 장소여야 함

SP10 **EXHIBITIONS & INSTALLATIONS:** 스포츠와 관련된 브랜드나 행사

SP11 **INNOVATION:** 획기적이고 새롭고 독창적이고 엄청나게 뛰어난 스포츠 광고. 이 아이디어가 왜 혁신적인지를 시놉시스에 설명

SP12 **REAL-TIME RESPONSE:** 현재, 독창적인 사고, 즉각적인 반응이나 재능에 대한 투자등에 관한 작업

SP13 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: BRAND:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육

SP14 **SOCIAL/ENVIRONMENTAL GOOD: NGO/PSA:** 보다 좋은 사회를 위한 공공서비스나 교육. NGO나 비영리기구의 후원

SP15 SUPER BOWL AD

SP16 TAKEOVER

SP17 **TECHNOLOGY**: 혁신적이고 크리에이티브하고 독창적이고, 새롭게 기술을 사용

SP18 **USE OF DATA**: 데이터에 의해 개선되었거나 만들어진 크리에이티브한 작품. 데이터 수집이나 조사, 데이터 시각화 또는 데이터 통합을 한 작품도 포함됨

SP19 **USER-GENERATED CONTENT**: 소비자들이 참여하여 그들의 독자적인 아이디어/메시지가 담겨있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 참여하고 격려하는 것. 브랜드와 사용자 간의 최상의 협력

SP20 **VR/AR**: 가상현실이나 증강현실을 잘 사용한 것

SP21 FIFA WORLD CUP

SP22 OLYMPICS

TYPE

SP23 **PRODUCTS & SERVICES**: 스포츠관련 제품, 서비스 광고. 모든 매체 포함됨

SP24 **SPORTS EVENT OR PROGRAM PROMOTION**: 스포츠 이벤트나 프로모션. 모든 형태의 미디어 광고나 이벤트나 프로그램

SP25 **TEAM OR LEAGUE PROMOTION**: 경기단체나 협회 등을 포함한 스포츠 관련 팀이나 리그 프로모션

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 FUTURE NOW 카테고리 그룹

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

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

카테고리

BEST USE

F01 AUGMENTED EXPERIENCE (AR/VR)

F02 GAMING

F03 INNOVATION: 고객의 문제를 해결하기 위해 새롭고 상상할 수 없는 방식으로 기술 (하드웨어 및 소프트웨어)을 활용

F04 NFT/BLOCKCHAIN

F05 TECHNOLOGY

F06 WEB3

CRAFT/EXECUTION

F07 GENERATIVE AUDIO/AUGMENTED AUDIO

F08 INNOVATION IN EXECUTION

F09 ROBOTICS

F10 VIRTUAL PRODUCTION

EFFECTIVENESS

- 심사기준:**
- **50%** CREATIVITY
 - **50%** RESULTS

출품작은 아래 토픽에 대한 추가정보를 제출할 것(토픽별 400단어 미만)

- TARGET AUDIENCE
- OBJECTIVE
- RESEARCH
- PLANNING
- EXECUTION
- EVIDENCE OF RESULT

F11 DYNAMIC CAMPAIGN

F12 DYNAMIC TARGETING

F13 USE OF AI FOR EFFECTIVENESS

F14 USE OF DATA

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

카테고리

NY01 NEW YORK CITY AWARD

NYF'IN FUNNY 카테고리 그룹 / 출품료 없음

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

카테고리

EF01 NYF'IN FUNNY