

## 2010 Clio Awards 출품작 모집 요강

1. **대상 작품:** 2009년 1월 1일 ~ 2010년 1/4분기에 노출된 작품.  
 가. 광고주나 저작권 소유자로부터 출품을 허가받은 작품만 접수  
 나. 유료 광고주(학생부문은 제외)의 작품을 원칙으로 하나, 자선단체나 비영리조직을 위한 무료작품은 예외로 함  
 다. Spec ads(투기광고)와 Director's cuts은 접수하지 않음.  
 라. 전년도에 크리에이티브에 출품했던 작품은 자격이 없음.  
 마. 국가, 인종, 문화 혹은 인종적 차별을 주는 출품작은 제외시킬 권한을 갖고 있음
2. **출 품 :** <http://www.clioawards.com/entries/>에서 온라인으로만 Entry Form을 접수
3. **접수 마감 :** 2010년 1월 22일 (금)
4. **Entry Fee & Charges (US\$로 접수)**

Medium (Entry Fee는 Single 기준)	Entry Fee	Handling Charge
Billboard	400	
Content & Contact**	1,000	30
Design	400	
Direct Mail	400	
Innovative Media**	525	30
Integrated Campaign** (3개 mediums 이상에서 3작품이상 제출)	1,000	30
Interactive	400	
Poster	400	
Print	400	
Radio	300	
Strategic Communications / Public Relations	375	
Television/Cinema/Digital**	575	30
Student (Billboard, Design, Innovative Media**, Integrated Campaign**, Interactive, Poster, Print, Television/Cinema/Digital**)	150	카테고리 별 참조

- 1) \*\*가 있는 미디어는 Entry Fee 외에 작품당 Handling Charge \$30가 추가됨.
- 2) 캠페인 출품료는 출품카테고리별 작품수에 따라 결정됨  
 (보기 1) Print Campaign에 2작품을 출품할 경우 : \$800 (\$400\*2)  
 (보기 2) TV Campaign에 3작품을 출품할 경우 : \$1,830  
 (\$575\*3작품 + Handling Charges \$35\*3작품)
- 3) 결제방법 : Credit Card, Bank Transfer

5. **KCU 발송대행료 :** 작품당 (싱글, 캠페인 무관) 100,000원
6. **출품문의:** 배석봉국장 (Tel: 02-2144-0741~2, Fax: 02-2144-0743)  
 한글 모집요강: [www.koreacf.or.kr](http://www.koreacf.or.kr)

## 출품방법

### MEDIA REQUIREMENTS

1. 모든 출품작은 가능한 **영어로 출품**.
2. 영어로 출품이 불가능할 경우, Entry Form에서 'Foreign Language Entry' 아래의 박스에 English Translation을 반드시 삽입시킬 것
3. Online Entry Form 작성시 결재관련 정보를 입력한 후에는 수정할 수 없으니, 관련파일은 반드시 사전에 업로드하고 출품 Entry Form을 최종 확인 요망
4. File Upload : **반드시 결재관련 정보를 제출하기 전에**

#### Movie File 사양

- o Resolution: 640 x 480 pixels (minimum)
- o File type: .mov
- o Compression: h264
- o Sound: AAC 44khz
- o File size: up to 60 MB

#### Digital(Still) Image 사양

- o 최소 2400×3000픽셀 크기 이상의 고해상도 JPG 파일
- o 여러개의 이미지를 사용한 경우, 개별 이미지 JPG 파일들을 함께 제출

#### 보드에 마운트할 경우의 사양

- o (Poster와 Billboard를) 제외한 Print Medium(신문, 잡지 등)은 바깥에 1인치(2.5cm) 여백을 두고 출품작을 마운트하여 우편으로 제출해야 함. 보드는 가장 긴 쪽의 길이가 24인치(60cm)를 넘지않아야 함.
  - o Entry Form은 보드뒷면에 클립으로 철하고 풀이나 테이프 등으로 붙이지 말 것.
  - o 이와 함께 개별 작품에 대한 copy of the summary, all master entry forms, proforma invoice를 순서에 따라 페이지 오른쪽 하단에 페이지 번호를 매긴 후 함께 묶어 보내야 함
5. Television/Cinema/Digital을 업로드하지 않고 우편으로 보낼 경우, Online Entry Form을 작성할 때 반드시 'Post'를 체크할 것

### POSTING/COURIER

1. 우편발송시 발송해야 하는 출품작과 함께 PDF entry Information을 출력하여 제출해야 함
2. PDF entry Information은 Online 출품이 완료되면 자동으로 이메일로 회신받음
3. PDF에는 출품작 Brief, 주소라벨, Master Entry Forms, Pro-Forma Invoice가 포함되어 있음.
4. 우편발송의 경우 우편료를 포함한 모든 비용은 발송자 부담으로 빠른 우편으로 보낼 것
5. 포장 겉면에 PDF Information에 들어 있는 Clio 주소라벨을 붙일 것
  - o 발송하는 물건이 한 개의 포장일 경우 주소 라벨 오른쪽 아래 Quantity에 "1/1"로 표기
  - o 발송하는 작품이 한 개의 포장을 넘을 경우에는 Quantity에 아래 보기처럼 표기**보기:** 3개의 포장을 보낼 경우 첫 번째 포장에는 "1/3", 두 번째는 "2/3", 세 번째는 "3/3"으로 표기할 것

- o 보내는 출품작이 Online Entry가 대금 결재를 포함하여 완전히 끝났으면 주소 라벨 아래의 "Complete"를 체크
  - o 보내는 출품작의 Online 작업이 끝나지 않았을 경우에는 "Items Pending"을 체크
6. Package 외부에 'Contest material, no commercial value'를 반드시 명기할 것
  7. 한국에서 보내는 Package에는 반드시 "Pro-forma Invoice"와 "전체 출품작 목록"을 함께 넣어 보내야 함
  8. Pro-forma Invoice에는 "Free Domicile - Bill to Shipper"를 반드시 명기할 것
  9. 우편료는 발송자 부담이며, 관세가 발생할 경우 크리오는 책임지지 않음
  10. 접수마감일이 지난 작품은 접수하지 않음
  11. Medium별 발송사양

Medium	Upload	우편발송
Billboard	JPG file	없음
Content & Contact	2~5분 길이의 Digital Video Presentation	(Upload가 안할 경우) Beta SP-NTSC Cassette
Design	JPG file	실물샘플
Direct Mail	JPG file	실물샘플
Innovative Media	3분 이내의 Digital Video Presentation	(Upload가 안할 경우) Beta SP-NTSC Cassette
Integrated Campaign	5분 이내의 Digital Video Presentation	(Upload가 안할 경우) Beta SP-NTSC Cassette
Interactive	URL	없음
Poster	JPG file	없음
Print	JPG file	마운트한 광고물
Radio	MP3	없음
Strategic Communications / Public Relations	1. Entry Summary PDF file 2. Supporting PDF file	없음
Television/Cinema/Digital	Digital Video	(Upload가 안할 경우) Beta SP-NTSC Cassette
Student	Medium별 사양 참조	

### 출품작 반납

1. 출품된 모든 출품작은 Clio의 자산으로 간주되며 반납되지 않음.
2. 단, 디자인부문의 라벨이나 제품디자인을 심사할 수 있도록 출품된 희귀한 와인병과 같은 경우 출품시 크리오측에 페스티벌 후 반납을 요청할 수 있음
3. 2의 경우 크리오는 최선을 다해 반납하기 위해 노력하나, 보관이나 운송 등의 비용은 출품자 부담이며, 크리오는 분실이나 파손에 대한 책임을 갖고 있지 않음. 반납요청은 4월 1일까지 받음

## 저작권과 복제권

1. 모든 출품작은 Clio Awards의 재산으로 귀속되며, 반환되지 않는다.
2. Clio Awards는 교육기관이나 관련단체, 광고전문가, 일반대중 등에 대한 전반적인 지원을 위해 출품작들을 사용할 수 있다.
3. 출품자들은 출품에 서명함으로써, Clio Awards에서 지원하는 전 세계의 개최되는 공익적이거나 개인적인 차원의 유무상의 프리젠테이션을 로열티없이 허락하였다.
4. 출품자들은 Clio Awards에서 위의 목적을 위해 출품작에 들어 있는 트레이드 마크, 애니메이션화된 캐릭터나 동물, 판촉용 아이템 등을 Clio Awards에서 사용하는 것도 승인한다.
5. Clio Awards는, 방송이나 전시, 책, 팸플릿 또는 지금 알려져 있거나 앞으로 생겨날 수 있는 출판물이나 미디어 또는 Clio Awards에 대한 역사적인 고찰이나 프로모션을 위해 그 해 혹은 연속된 몇 년동안의 출품작을 텔레비전 특집방송에 사용하는 것에 대해, 출품작이나 허가받은(License) 출품작 또는 출품사진들의 복제 사용권을 가질 수 있다.
6. Clio Awards는 제3자가 출품작을 사용할 경우 그 사용료를 청구할 수 있다.
7. 출품자들은 출품작에서 표현되었던 모든 음악의 사용에 대해 필요한 라이선스를 가지고 있거나 인증해 줄 수 있어야 한다.
8. 출품자들은 Clio Awards의 수탁자(Assignee)이자 피인가자(Lisensee)로서 선정된 출품작들을 발표하는데 있어 작품에 해를 끼치거나 추가적인 비용이 발생하지 않도록 하는 책임이 있고 이를 지켜야 한다.
9. 출품자는 위 모든 권리를 승낙하는 권한을 Clio Awards에 공증해 줄 수 있어야 한다.

## 심사

1. Clio Awards는 매년 65개 나라에서 평균 115명의 CD를 7개 카테고리 심사위원으로 선정.
2. 심사위원들은 각 맡은 분야에서 선두적인 역할을 하는 사람들로 구성되며, 새로운 흐름을 표현할 수 있는 글로벌 마켓에서 지속적으로 변화하고 있는 다이나믹하고 혁신적이며 크리에이티브한 작품을 이해할 수 있는 위원들로 구성됨
3. 크리오의 심사과정은 크리에이티브의 뛰어남을 인지할 수 있는 자유롭고 비정치적인 과정으로 진행됨. 1단계에서 살아남은 작품들은 2단계에서 Gold, Silver, Bronze 및 Finalist를 결정하기 위해 재평가됨. 모든 심사위원들에게는 Clio의 최대의 상인 Grand Clio를 선정하기 위해 모든 Medium별로 금상 중에서 한작품을 선정할 수 있는 권한을 가짐
4. Product/Service 부문 출품작은 출품(Selected) 카테고리 작품만을 대상으로 평가받지 않음 (Public Service만 제외). Product/Service 부문에 출품된 모든 출품작을 대상으로 평가함. Product/Service 카테고리는 분류 목적으로만 사용되어짐.
5. Design, "Other Interactive" entry type, Strategic Communications / Public Relations and Technique mediums 출품한 카테고리내에서 심사됨.
6. Clio의 심사 시스템은 모든 출품이 갖고 있는 장점을 평가함.
7. 수상작은 51차 Clio Festival에서 발표함

## 수상작 발표

1. 금, 은, 동상 수상작은 시상식 3주전에 통보됨.
2. Finalist 수상작은 2010년 5월초 [www.clioawards.com](http://www.clioawards.com) 에 고지됨
3. 모든 수상작은 부문별 시상식이 개최되는 날 밤에 [www.clioawards.com](http://www.clioawards.com) 에 고지됨

## Medium별 출품사양

### **Billboard : Single, Campaign (2작품 이상)**

- 출품대상: 철도, 옥상, 대형건물의 벽 등에 게재된 대형Outdoor 광고물
- 모든 출품작은 Digital Image Upload로만 접수함. Board, CD, DVD, 또는 어떤 형태의 물리적 양식으로는 접수하지 않음

### **Content & Contact**

- 출품대상: 유료광고주의 singular executions, 360° campaigns, 소비자지향적인 내용의 광고를 포함(특히 매체를 제한하지 않음)
- Content Creativity와 Contact Innovation의 효과적인 조합을 통한 커뮤니케이션의 독창성 평가하며, 심사위원은 매체전문가와 CD로 구성됨
- 심사: 혁신적인 방법으로 타겟 오디언스에게 다가가는 매체와 크리에이티브의 컨셉을 평가
- 출품작: 200~300자 내외의 미디어 플랜/전략을 포함한 전략과 시놉시스를 나레이션으로 표현하는 2~5분 길이의 Video presentation.
- 필요시 100단어 내외의 전략요약서를 추가할 수 있음
- 출품작들은 인터넷요소를 포함하여 2~5분 Video presentation을 digital 하여 Upload시킬 것.
- 만약 digital Upload가 불가능할 경우 Beta SP-NTSC 비디오카세트에 제출. CD, DVD로는 접수하지 않음

### **Design : (출품카테고리별 심사)**

- 출품작은 관련된 Components 및 Variations을 제출해야 함
- 발송된 것과 동일한 Annual Reports, Brochures, Corporate Stationary, Editorial Design, Packaging, Self Promotion 실물샘플과 최소 1개이상의 Digital Image를 제출
- 포스터, Environmental Design 같은 대형물 : Digital Images로만 제출할 수 있음
- Digital Image는 Upload하고 실물샘플은 우편으로 따로 발송해야 함

### **Direct Mail**

- 출품대상: 소비자나 기업을 대상으로 타겟오디언스에게 브랜드 Relationship이나 인지도를 높이기 위해 사용한 마케팅 아이템
- 아이템의 실물샘플 및 최소 1개 이상의 Digital Image 제출
- 실물샘플: ① 타겟오디언스가 받은 것과 동일한 실제 샘플  
② 외견상 아이템의 목적이나 기능을 바로 알수 없을 경우, 설명서 등을 첨부
- Digital Image는 Upload하고 실물샘플은 우편으로 따로 발송해야 함

## **Innovative Media**

- 출품대상: 독특하거나 크리에이티브한 방법을 사용한 광고물. 특이한 Outdoor, Ambient Media, 스텐트, 게릴라마케팅, 무대이벤트 등이 포함됨
- 우편제출: 실제 샘플(선호)이나 보드에 마운트한 것 (둘다 제출해도 좋음)
- Moving, Live Action Execution: Video presentation을 digital하여 Upload시킬 것.
- 스틸과 동영상 등 구성요소가 다양한 경우에도 3분이내의 Video Presentation으로 digital하여 Upload시킬 것.
- Digital 할 수 없는 경우 Beta SP- NTSC 카세트로 제출

## **Integrated Campaign**

- Television/Cinema/Digital, Print, Poster, Billboard, Radio 또는 Internet 중 최소 3개 이상의 매체가 혼합된 3~9 작품.
- 출품작들은 5분 미만의 Video presentation(인터넷요소 포함)을 digital하여 Upload시킬 것.
- Digital 할 수 없는 경우 Beta SP- NTSC 카세트로 제출

## **Interactive**

- 출품대상: URL제출 (필요시 usernames/passwords 함께)
- 권장사항: 심사를 위한 짧은 시놉시스와 Entry에 바로 링크되는 'Landing Page'로 출품
- Viral 출품작: Entry Form의 'Synopsis' section에서 광고물과 효과를 기술할 것
- DVD/CD로 출품받지 않으며 모든 심사는 온라인으로 이루어짐
- 출품작은 심사/페스티벌 기간인 2010년 5월 31일까지 접속할 수 있어야 함
- 영어 버전의 사이트나 배너로 출품할 것을 강력히 권함. 한글로 된 이벤트를 출품할 경우 간결하고 정확한 영문해석과 사이트 맵을 제출
- 원 사이트에서 분리된 출품작은 심사를 할 수 있는 Alternative URL을 제출.
- 출품후 어떤 변화가 있을 경우에는 반드시 크리에이티브에 연락을 취해야 함.
- 수상자는 수상작을 소개할 수 있는 고해상도 디지털 프리젠테이션 사이트 (2분길이 이내)의 제출을 요구받을 수 있음

## **Poster : Single, Campaign (2작품 이상)**

- 출품대상: 버스정류장, 기차역, 공항, 보도, 공공장소 등에 게재된 Indoor/Outdoor Poster
- Digital Image로만 접수하며 보드, CD, DVD, 또는 어떤 형태의 물리적 양식으로는 접수하지 않음

## **Print : Single, Campaign (2작품 이상)**

- 출품대상: 신문, 잡지, 기타 유사매체에 게재된 작품
- Board에 마운트한 출품작 및 Digital Image를 함께 제출해야 함

## **Radio : Single, Campaign (2작품 이상)**

- 출품대상: 모든 상업용 라디오 광고
- Digital Entry: MP3 파일로 Upload할 것. DVD/CD로 받지 않음
- 캠페인: 출품작을 개별 MP3 파일로 Upload해야 함. 하나의 MP3 파일로 제출하지 말 것

## **Strategic Communications / Public Relations**

- 출품대상: 영리 또는 비영리기구가 그 조직이나 일반인을 대상으로 전개한 모든 홍보활동. 여기에는 public relations, public affairs, publicity, associations, 정부나 비정부 기구 등을 대상으로 하는 활동 등이 포함됨
- 출품작은 Public Relations 원칙에 따라 가장 훌륭하게 집행되었음을 보여주어야 함
- 이 부문 심사위원은 Public Relations 전문가들로 구성됨
- 제출자료: 2페이지짜리 출품작 개요 설명(Entry Summary) 파일과 출품작과 관련된 모든 자료들을 보여주는(Supporting Materials) 2개의 PDF 파일을 따로따로 업로드해야 함. PDF는 출품작을 알지 못하도록 익명으로 제출해야 함
- PDF 파일 작성요령

### **Entry Summary PDF File (반드시 영문으로 작성)**

- o 포함시킬 내용 : Project Overview, Research/Planning, Strategy Statement, Execution Synopsis, Results

### **Supporting Materials (50페이지를 넘기지 말 것)**

- o 캠페인을 가장 잘 나타낼 수 있는 모든 요소를 포함시킬 것. Annual Reports, Brochures, Corporate Identity Publications, Press Clippings, Press Releases, Public Relations Planning Documents, Speeches, Surveys 등을 포함한 모든 요소
- o 반드시 목차 페이지를 만들고, 심사가 용이할 수 있도록 가능하면 하이퍼링크시킬 것
- 가능하면 Entry Form에서 300단어 내외의 시놉시스 제출. 이 내용은 수상할 경우 시상식에서 출품작을 소개하는 자료로 사용됨

## **Television/Cinema/Digital : Single, Campaign (2작품 이상)**

- 출품대상: TV commercial, cinema, online, mobile, video game, in-store, POP advertising을 포함한 모든 Moving Images Advertising
- Digital Entry: Digital로 Upload하거나 Beta SP-NTSC로 우편발송
- 작품별로 Upload 할 것. Bars, Slate, Black은 넣지 말 것

### **우편발송 요령**

- o Beta SP-NTSC videocassette - U.S. standards에 30초 칼라바를 뒤에 광고주, 타이틀, 길이를 넣은 Information Slate를 넣을 것
- o 싱글: 개별 카세트
- o 캠페인: 작품사이 1초의 블랙을 두고 1개의 카세트로 제출.

## **Student**

- 출품부문: Billboard, Design, Innovative Media, Integrated Campaign, Interactive, Poster, Print, Television/Cinema/Digital
- 대상작품: 재학중이고 2009.1.1~2010.2.28 사이에 제작된 작품
- 대상작품이 제작된 기간 동안 Advertising/Film School 등에 재학중이거나 했던 학생
- 출품사양: 카테고리별 출품요강 참조

## Mediums & Categories

- Product/Service Categories 출품작들은 출품 카테고리에서만 아닌 전체 출품작을 대상으로 평가됨 (Public Service 카테고리만 제외)
- Product/Service Categories는 분류 목적으로만 활용됨
- 동일한 광고물을 1개 이상의 카테고리에 출품할 수 있으니, 출품 카테고리별로 Entry Form 과 출품료를 제출해야 함
- 출품작의 카테고리가 잘못 분류되어 있을 경우 Clio에서는 이를 조정할 권한을 가짐

## PRODUCT & SERVICES

BILLBOARD, CONTENT & CONTACT, INNOVATIVE MEDIA,  
INTERACTIVE - "Website & Microsite", "Banners & Other Display", "Mobile",  
"Viral" 부문, POSTER, PRINT, RADIO, TELEVISION/CINEMA/DIGITAL

- Apparel/Fashion/Footwear
- Automotive
- Automotive Products/Services
- Banking/Financial
- Beverages/Alcoholic
- Beverages/Non-Alcoholic
- Business Equipment/Services
- Business-to-Business
- Confections/Snacks
- Corporate/Institutional
- Cosmetics/Beauty
- Direct Marketing (Print는 없음)
- Electronic Equipment
- Entertainment
- Foods
- Health Care Services
- Home Entertainment
- Home Furnishings/Appliances
- Household Products
- Insurance
- Leisure
- Media
- Online & Interactive
- Personal Items
- Pet/Petcare
- Pharmaceuticals
- Public Service
- Recreational Items
- Restaurants/Fast Food Outlets
- Retail Food
- Retail Services
- Retail Stores
- Social Media (Interactive 부문만 해당)
- Telecommunications
- Toiletries
- Travel/Tourism
- Utilities (Content & Contact는 없음)

## DESIGN

- Annual Reports
- Brochures-Product/Service
- Catalog
- Corporate Identity
- Direct Marketing
- Editorial Design
- Environmental Design
- Package Design
- Point of Purchase
- Posters
- Self-Promotion

## DIRECT MAIL

- Brochure
- Collateral
- Dimensional
- Other



**INTEGRATED CAMPAIGN:** 카테고리 없음

**INTERACTIVE - "Other Interactive" 부문**

- Animation
- Artistic Technique
- Brand Building
- Branded Content
- Consumer-Targeted Site
- Fresh Approach
- Functional Design
- Innovative Use Of Technology
- Online Application
- Online Games
- Relationship Marketing
- Rich Media Advertising
- Self-Promotion
- Sound/Music
- Video/Moving Image
- Widget

**STRATEGIC COMMUNICATIONS/ PUBLIC RELATIONS:**

- Consumer
- Corporate
- Crisis Management

**TELEVISION/CINEMA/DIGITAL: TECHNIQUE**

- Animation
- Cinematography
- Direction
- Editing
- Music-Adaptation
- Music-Licensed
- Music-Original
- Sound Design
- Visual Effects

**CAMPAIGNS : 출품가능 Mediums**

- Billboard
- Poster
- Print
- Radio
- Television/Cinema/Digital

**STUDENTS**

**SINGLE**

- Billboard
- Design
- Innovative Media
- Interactive
- Poster
- Print
- Television/Cinema/Digital

**CAMPAIGN**

- Billboard
- Integrated Campaign
- Poster
- Print
- Television/Cinema/Digital