

출품을 위해 꼭 확인해주세요 THINGS YOU NEED TO KNOW

출품 (ENTERING) - WHAT YOU NEED TO KNOW

아래 내용들을 확인할 수 있습니다:

출품규칙 요약, 출품 마감일&출품비용 그리고 환불 및 취소 안내

!보너스! CASE FILM 을 잘 만들려면... Tips from the experts on how to prepare and perfect your entries.

다음은 주요 정보만을 요약한 내용입니다. 전체 규칙의 일부분이니 전체 규칙은 다음 링크에서 확인 가능합니다. [entry kit 3](#)

SUMMARY OF KEY RULES FOR ENTERING

아래는 출품 자격요건에 대한 주요 확인내용의 요약입니다. 출품 규칙과 용어 안내는 다음 링크 참조 바랍니다. [our downloads.](#)

1. 출품하는 작품은 해당 카테고리(Lion)에 따라 각각의 자격요건 기간 내에 방송, 런칭, 공개되어 집행이 이루어진 작품이어야 합니다.
2. 출품작은 클라이언트가 브리핑한 내용에 기반해, 정상적인 유료 계약에 따라 기획, 제작된 것이어야 합니다. 자사 홍보나 비영리 기관인 경우에는 클라이언트가 미디어/ 제작/ 실행의 모든 부분을 승인한 작품이어야 합니다.
3. 출품을 위해서 작품을 의뢰한 클라이언트/ 브랜드 사로부터 승인을 받아야 합니다. 조직위원회에서 언제라도 승인확인을 요청할 수 있습니다.
4. 출품 제출양식에 클라이언트/ 브랜드사의 담당자 정보를 기재해야 합니다. (이름, 직위, 상세 연락처)
5. 출품하는 작품은 인쇄/ 방영/ 공개 등 집행된 그대로의 형태로 제출해야 합니다.
6. 이론적인 (speculative) 또는 개념적인(conceptual) 광고는 출품할 수 없고 방송 금지나 철회된 작품도 출품할 수 없습니다.
7. 출품을 하는 회사의 임원급 리더(CD, CEO or Chairperson)가 출품에 대한 승인을 해야 합니다.
8. 전년도에 출품한 작품과 동일한 작품을 같은 부문(Lion) 에 제출할 수 없습니다. 단, 내용과 자격요건 기간면에서 출품 조건이 맞다면, 다른 부문에는 출품 가능합니다.
9. 출품작품의 보조 제출물인 디지털 또는 실물 자료에 출품하는 대행사 또는 제작에 참여한 어떤 크리에이티브 회사명도 기재하여서는 안됩니다. (자사 홍보 'self promotion' 광고의 경우는 제외)
10. 출품작품과 디지털/ 실물 보조제출물은 모두 영어로 내용을 전달해야 합니다. 자세한 내용은 출품안내문 part 1 '제출물 가이드라인'을 참조해주세요.
11. 2020년 3월 13일 이후 출품을 철회하는 경우 출품료 환불 받을 수 없습니다. 취소, 환불, 철회에 대한 내용은 출품안내문(Entry Kit) part3: The Rules의 part A부분 참조 바랍니다.
12. 출품비용 납부 이후 새로운 결과가 추가되었다면, **2020년 6월 1일 전까지** 출품 제출항목 내 'results' 부분에 추가로 기입하는 것만을 허용합니다.
13. 출품완료 및 출품비용 납부하는 시점에 제출하는 모든 매체는 최종 버전이어야 합니다. 출품이 완료된 이후 매체 교체 또는 추가하는 것 불가능합니다.
14. 작품을 출품할 때, 출품자(You)는 해당 작품에 포함된 모든 매체에 대한 적용 가능한 모든 법적 권리를 소유하고 있는지 확인해야 합니다.
15. 하나의 작품을 최대 6개 부문(Lions) 까지 중복 출품 가능합니다. 이때 Titanium 부문은 포함되지 않습니다.

- 위 규칙에 맞지 않는 작품은 '2020 칸 라이언즈 페스티벌' 출품 자격 요건에 해당되지 않을 수 있습니다.
- 규칙을 준수하지 않아 발생하는 취소, 철회, 접수 자격 박탈에 대해서는 출품비용 환불되지 않습니다.

주요 일자 (Key date)

DATES

1. Entries open: 16 January
2. First late fee applies after: 12 March
3. **Second late fee applies after: 7 May**
4. **Third late fee applies after: 28 May**
4. **Entries close: 30 June**

수상작품 안내 (NOTIFICATION OF WINNERS)

- 칸 현지에서 진행되는 심사는 페스티벌 기간을 포함해 2주 정도 소요됩니다.
- 본선 진출 작품(Shortlisted work)은 공식 웹사이트(www.canneslions.com) 그리고, 페스티벌 기간중 매일 발행/ 배포되는 '라이언즈 데일리'에 발표 됩니다.
- 수상 작품은 해당 부문 시상식 현장에서 발표되며, 온라인과 익일자 '라이언즈 데일리'에 게재됩니다.
- 시상식에서는 수상작품과 함께 출품회사명을 호명하며 상에 따라 트로피와 증서(상장)이 수여되기도 합니다.
- 출품작품 크레딧에 이름이 기재되어 있는 회사나 개인이 추가적인 트로피를 필요로 하는 경우 페스티벌 종료 후 구입이 가능합니다.

출품비

출품 비용 ENTRY FEES

	Fee until 12 March 2020	Fee after 12 March 2020	Fee after 7 May 2020	Fee after 28 May 2020
Film Lions	€885	€1,075	€1,175	€1,275
Print & Publishing Lions	€575	€765	€865	€965
Outdoor Lions	€575	€765	€865	€965
Radio & Audio Lions	€575	€765	€865	€965
Social & Influencer Lions	€645	€835	€935	€1,035
Direct Lions	€575	€765	€865	€965
Media Lions	€645	€835	€935	€1,035
Brand Experience & Activation Lions	€645	€835	€935	€1,035
Titanium Lions	€1,995	€2,185	€2,285	€2,385
Design Lions	€575	€765	€865	€965
PR Lions	€645	€835	€935	€1,035
Film Craft Lions	€885	€1,075	€1,175	€1,275
Mobile Lions	€645	€835	€935	€1,035
Creative Effectiveness Lions	€1,565	€1,755	€1,855	€1,955
Entertainment Lions	€885	€1,075	€1,175	€1,275
Innovation Lions	€575	€765	€865	€965
Pharma Lions	€645	€835	€935	€1,035
Health & Wellness Lions	€645	€835	€935	€1,035
Creative Data Lions	€645	€835	€935	€1,035
Glass: The Lion For Change	€575	€765	€865	€965
Digital Craft Lions	€645	€835	€935	€1,035
Entertainment Lions for Music	€885	€1,075	€1,175	€1,275
Industry Craft Lions	€575	€765	€865	€965
Sustainable Development Goals Lions	€575	€765	€865	€965
Creative eCommerce Lions	€645	€835	€935	€1,035
Entertainment Lions For Sport	€885	€1,075	€1,175	€1,275
Creative Strategy	€645	€835	€935	€1,035
Creative Business Transformation Lions	€645	€835	€935	€1,035

유효 기간 ELIGIBILITY DATES

당신의 작품은 페스티벌 출품에 적합한가요? Is your work eligible for the Festival?

칸 라이언즈 에서 심사하는 작품들은 새롭고, 업계를 선도하는 속성을 가지는 작품이어야 합니다. 이를 위해 조직위원회에서는 출품자격 기간을 규정하여 운영하고 있습니다. 출품자격 기간은 출품하는 부문(Lions)에 따라 상이합니다.

출품하려는 작품의 자격요건 기간이 확실하지 않다면, 조직위로 문의 바랍니다. 조직위원회에서는 당신이 출품을 시작하기전에 출품자격요건을 확인하길 강력히 권면합니다. (자세한 내용은 환불 및 철회 규정 확인 바랍니다.)

아래의 부문은 **2019년 3월 1일부터 2020년 5월 31일** 사이입니다. 캠페인 집행기간의 최소 2/3는 출품 자격기간 안에 이루어져야 합니다.

- Brand Experience & Activation
- Creative Data
- Creative eCommerce
- Design
- Digital Craft
- Direct
- Entertainment
- Entertainment Lions for Music
- Entertainment Lions for Sport
- Glass: The Lion for Change
- Health & Wellness
- Innovation
- Media
- Mobile
- Pharma
- PR
- Social & Influencer
- Sustainable Development Goals
- Titanium

다음 아래 부문에 출품하는 경우, 자격요건 기간은 **2019년 3월 1일부터 2020년 5월 31일** 사이이며, 심사 되어지는 모든 요소, 집행은 위 기간안에 최초로 시행된 것이어야 합니다.

- Film
- Film Craft
- Industry Craft
- Outdoor
- Print & Publishing
- Radio & Audio

Creative Business Transformation 부문의 자격요건 기간은 **2017년 3월 1일 부터 2020년 5월 31일** 사이입니다. 해당 기간안에 소비자들에게 출시 그리고/또는 내부 시스템/운영의 전환이 이루어져야 합니다.

Creative Strategy 부문의 자격요건 기간은 **2017년 3월 1일 부터 2020년 5월 31일** 사이입니다. 심사되어지는 전략은 자격요건 기간 내에 최초로 시행된 것이어야 합니다.

Creative Effectiveness 부문에서는 출품하려는 작품이 2017년, 2018년 또는 2019년 칸 라이언즈에서 수상했거나 본선진출(shortlisted)에 오른 작품이어야 합니다.

케이스 필름을 잘 만들려면 ... TOP TIPS FOR YOUR CASE FILM

간결하게 **BE CONCISE**

You're dealing with professionals who are perfectly capable of grasping whether a project has merit based on a concise, coherent explanation.

단순하게 **SIMPLICITY**

Less is always more. So many case films fail to communicate a clear idea and a compelling strategy that isn't cluttered and confusing. The need for focus and clarity cannot be underestimated.

앞에서 치고 나가기 **BE UP-FRONT**

Explain the idea upfront and quickly so the jury can understand the dimensions of the campaign and its results from the very beginning. Avoid using unnecessary build up or stylistic filler. Treat your case film like a piece of editorial. All the key information early on – expansion of the idea to follow.

문화적 & 맥락을 보고 **CULTURE & CONTEXT**

It's an international jury where English is not always the first language. Respect this diversity. Entries that hinge on a cultural nuance or unfamiliar cultural context should come with additional information.

새로운 관점으로 **TAKE A FRESH PERSPECTIVE**

You may have lived and breathed the work, but the jury hasn't. Look at the idea with a fresh pair of eyes and distil it down to its core for a new audience.

스토리텔링 **TELL A STORY**

Structure your explanation around a simple, powerful and succinct narrative. Storytelling is key.

있는 그대로 쉽게 **MAKE IT EASY FOR THEM**

The idea should speak for itself. Avoid creating barriers with unnecessary and elaborate production values. Keep it straightforward.

출품 부문 선택의 탁월함 **CATEGORY SELECTION**

Carefully consider the best category for your entry and ensure that it demonstrates both relevance and specificity for its audiences. If you're unsure where your work can go, ask an Awards Manager who can give you some advice.

어려운 용어는 빼고 **INDUSTRY JARGON**

Avoid industry jargon and marketing speak. Don't sell... explain your work. A case film with excessive hype and empty statements will not impress the jury.

결과를 제시 **RESULTS**

Make sure you provide them and they are robust meaningful and measurable. Be honest, specific and provide workable, quantitative figures and stats. In some categories, results count for 30% of the mark. Clearly link your results back to original goals, strategies and objectives.