



LIFE-CHANGING CREATIVITY

19 – 20 JUNE 2015 | CANNES, FRANCE

라이언즈 헬스 출품안내문

칸 라이언즈 한국사무국

2015 라이언즈 헬스 출품 안내문

제 2회 라이언즈 헬스 출품 안내서입니다.

출품을 원하시는 대행사에서는 본 안내서를 참조하신 후 라이언즈 헬스 공식 사이트 (www.canneslions.com/enter)에서 직접 접수 및 배송하셔야 합니다.

본 안내서는 요약서이며 보다 상세한 사항은 www.canneslions.com에서 확인해 주십시오.

칸 라이언즈 한국사무국에서는 출품 대행을 하지 않습니다.

관련 문의가 있으신 경우 아래로 연락해 주십시오.

칸 라이언즈 한국사무국
TEL 02) 757 1730, 1830
webmaster@canneslions.co.kr

라이언즈 헬스 출품 개요

출품 요건

2014년 3월 1일~2015년 4월 30일 사이 정식으로 집행된 캠페인

출품 마감

2015년 3월 27일

쇼트리스트 발표

2015년 6월 18일

시상식

2015년 6월 19일

출품료

Pharma, Health&Wellness 부문 모두 €450

라이언즈 헬스 출품 절차



라이언즈 헬스 출품 부문

A. COMMUNICATIONS TO HEALTHCARE PROFESSIONALS

내부 커뮤니케이션을 포함, 의료보건 전문가들을 대상으로 한 캠페인

- A01. PHARMA, VACCINES & BIOTECH
- A02. DEVICES & DIAGNOSTICS
- A03. VETERINARY
- A04. EDUCATION & SERVICES
- A05. BUSINESS TO BUSINESS
- A06. OTHER

B. COMMUNICATIONS TO NON-HEALTHCARE PROFESSIONALS

소비자를 대상으로 한 처방전 약과 기기를 위한 캠페인

- B01. PHARMA, VACCINES & BIOTECH
- B02. DEVICES & DIAGNOSTICS
- B03. VETERINARY
- B04. EDUCATION & SERVICES
- B05. OTHER

Pharma 부문

Pharma 부문에는 처방약, 백신, 바이오기술을 생산하거나 홍보하는 기업 및 기관이 광고주인 경우가 해당됩니다. 진단과 치료를 수행하거나 혹은 질병이나 상태에 대한 의식을 고취시키는 기업이나 기관도 포함됩니다. 단 OTC 약품이나 기기는 제외됩니다. 일반적으로 의료보건 전문가들이 질병이나 상태를 치료하기 위해 사용하는 제품이나 서비스가 해당됩니다.

Health & Wellness 부문

Health & Wellness 부문에서는 OTC 약품, 상품이나 기기 등을 생산하거나 홍보하는 기업 또는 기관이 광고주인 경우에 해당합니다. 처방전 없이 구매할 수 있는 치료약이나 건강보조 상품도 적용됩니다. 일반적으로 의료보건 전문가가 필요 없는 제품이나 서비스가 해당되며, 건강 상 의미 있는 효과가 있어야 합니다.

미디어 종류

출품 시 제출물은 미디어 종류에 따라 달라집니다.
미디어 종류는 아래와 같습니다.

DIGITAL

브랜드 온라인, 디지털, 기술 커뮤니케이션이 포함됩니다. 웹사이트, 마이크로사이트, 배너, 소셜 미디어(동영상 공유 사이트나 애플리케이션) 등에 포함될 콘텐츠, 게임, 인터랙티브 학습 플랫폼, 이메일 광고, 디지털 스텐트, 이디테일링(e-detailing), 인터랙티브 판매 보조 등이 포함됩니다.

INTEGRATED DIGITAL CAMPAIGN

3가지 이상의 디지털 요소를 포괄하는 통합 크리에이티브 작품

DIRECT AND PROMO & ACTIVATION

지속적인 관계를 형성하거나 판매 현장에서 즉각적인 반응을 이끌어내는 한편, 소비자들과 대화를 촉발하거나 응답 또는 특정 행동을 얻어내기 위한 다이렉트 또는 프로모션 커뮤니케이션이 해당됩니다.

FILM: CINEMA, TV AND DIGITAL FILM CONTENT

텔레비전이나 방송, 온라인, 모바일, 매장 또는 기타 디지털 화면에 내보내기 위한 필름을 의미합니다.

FILM CRAFT

필름 제작 과정의 품질과 미학적 가치를 평가합니다.

INTEGRATED

3가지 이상의 매체에 걸쳐 진행되는 크리에이티브 작품을 말합니다. 이 때 출품작들은 한 가지 캠페인에 해당되는 것이어야 합니다. 한 가지 이상에 해당하는 경우에는 각각 출품하십시오.

MOBILE

디지털이나 모바일 기기, 애플리케이션이나 모바일 사이트 콘텐츠 상에서 구현되거나 구동되는 크리에이티브 작품을 말합니다. 모바일 웹사이트나 애플리케이션, 소셜 미디어, 게임, 인터랙티브 학습 플랫폼, 브랜드 유틸리티, 디지털 스텐트, 이디테일링 인터랙티브 판매 보조 수단 등이 포함됩니다.

OUTDOOR: BILLBOARD, BILLBOARD, POSTER, AMBIENT AND CONFERENCE

광고판, 포스터, 트랜짓 미디어, 인스토어 광고, 소규모 솔루션, 특별 설치물, 스텐트 광고 및 라이브 광고, 디지털 옥외 솔루션, 사이니지(Signage), 현수막, 디스플레이 아이템, 앰비언트, 게릴라 등 옥외 광고물이 해당됩니다. 회의나 교육을 위해 특별히 제작한 콘텐츠도 포함됩니다.

INTEGRATED OUTDOOR CAMPAIGN

3가지 이상의 옥외 크리에이티브 요소를 갖춘 통합 크리에이티브 작품을 말합니다. 여기엔 최소한 한 가지 이상의 애비언트 요소가 있어야 합니다.

PRINT: NEWSPAPER, MAGAZINE, INSERTS AND PRINTED COLLATERAL

신문, 잡지, 의학저널, 별채광고, 소책자, 판촉물, 세부보조서(detail aids), 프로모션 아이템, 브랜드 리마인더(brand reminder), 달력, 뉴스레터, 연간 보고서 및 보도자료 등

PRINT AND OUTDOOR CRAFT

인쇄물 및 전통 옥외 광고 집행 시 제작기법의 우수성을 평가합니다.

Print & Poster Craft – Copywriting

Print & Poster Craft – Typography

Print & Poster Craft – Art Direction

Print & Poster Craft – Illustration

Print & Poster Craft – Photography

PR

개인과 사업체 또는 조직과 대중 간의 신뢰 구축과 유치, 이해를 통해 명성관리 하는 크리에이티브 작품이 해당됩니다.

디지털 PR, 소셜 미디어, 라이브 이벤트, 스텐트, 유명인 홍보, 런칭 또는 재런칭, 매체 관계, 기업 책임, 위기 및 문제 관리, 기업 이미지, 질병 인지 제고, 브랜드 개발, 윤리, 환경 등에 관련된 콘텐츠를 출품합니다.

RADIO

라디오와 스트리밍 라디오 콘텐츠, 또는 다운로드하는 오디오 콘텐츠가 해당됩니다.

RADIO CRAFT

오디오 제작 과정의 품질과 미학적 가치를 평가합니다.

Radio – Use of Music/Sound Design

Radio – Script

USE OF TECHNOLOGY

브랜드나 메시지, 서비스를 알리는데 기존의 기술이나 새로운 기술을 이용하는 경우입니다. 브랜드 기술이나 웨어러블 하드웨어 및 소프트웨어, 데이터 시각화, 디지털 데모, 데이터의 크리에이티브하고 혁신적인 이용, 디지털 서비스나 도구 등을 통해 상품과 소비자 간에 브랜드 가치를 창출하고 사용자의 생활양식이나 행동을 향상시키는 것을 목적으로 합니다. 출품작은 기술 그 자체가 아니라 기술이 어떻게 브랜드나 상품, 서비스에 긍정적인 효과를 끼치는지에 중점을 둡니다. 혁신이나 신기술을 단독으로 출품하실 경우에는 라이온즈 이노베이션을 참조하십시오.

미디어 별 출품 방식

DIGITAL 1/2

출품작 요건

- 각 웹사이트, 온라인 광고/동영상 및 바이럴은 출품작 한 점에 해당합니다.
- 한 편의 캠페인을 구성하는 온라인 광고, 이메일 및 온라인 동영상들은 하나의 출품작으로 출품됩니다. 가령 캠페인 한 편을 구성하는 세 개의 배너 광고인 경우 세 점을 각각 출품합니다.
- URL을 제출하시는 경우 해당 url로 직접 출품작에 접속할 수 있어야 합니다.
- 모든 출품작은 2015년 5월 1일 아카이브 합니다.
- 수상작과 예선통과작은 모두 아카이브된 버전과 비교해 5월 2일부터 심사일 사이에 실질적인 변경사항이 없었는지 확인합니다. 5월 1일을 경과한 후 출품작의 콘텐츠나 프리젠테이션에 변경사항이 있는 경우에 수상 자격이 철회될 수 있습니다.
- 장기간 서버가 다운되어 심사 시 액세스할 수 없는 경우는 심사에 고려하지 않습니다.

제출물 요건

각 제출물의 형식과 규격은 '제출물 형식 및 규격'을 참조하십시오.

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

부록 참조

URL

- 출품작을 소개하는 URL이나 이미지를 제공할 수 있습니다.
- 출품하는 url에 로그인에 필요한 경우에는 로그인 아이디와 패스워드 등을 제공해야 합니다. 단 표준 소셜 플랫폼인 경우는 예외입니다.
- The Banners 또는 Other Rich Media 카테고리 출품하는 경우 non-branded url 상에서 mock / simulation 모드로 볼 수 있어야 합니다. 출품작을 본래 퍼블리시된 대로 온라인 상에서 볼 수 있어야 하기 때문입니다.
- Viral 카테고리 출품하시는 경우에는 그 결과에 대해 되도록이면 많은 정보를 추가하십시오. 가급적이면 조회수/hit 수/포워드 수/사용자 수 등을 기입하십시오. 결과에 대한 정보가 없는 경우 심사에서 불이익을 받을 수 있습니다.
- 모든 웹사이트는 최소 Internet Explorer 9.0 이상에서 볼 수 있어야 합니다. 구글 크롬이나 파이어폭스 등 특정 브라우저에만 조회가 가능한 경우에는 이를 명시하십시오.
- 장기간 서버가 다운되어 액세스할 수 없게 되는 경우는 심사 시 고려되지 않습니다. 심사가 종료될 때까지 출품한 url을 주기적으로 점검하시기 바랍니다.
- 영어 웹사이트가 아니거나 설명이 필요한 경우에는 번역문이나 케이스 필름을 제공하길 권합니다.
- 웹사이트에는 2015년 4월 29일부터 2015년 9월 30일까지 접속할 수 있어야 합니다.

DIGITAL 2/2

2. 선택 제출물

Case Film (또는 PDF나 Powerpoint)

- 케이스 필름의 형식은 부록을 참조하십시오.
- 모든 출품작에는 Case Film이나 동영상 클립을 함께 제출하시길 강력히 권고합니다.
- Online Video 카테고리 출품하시는 경우 온라인 동영상의 url과 함께 동영상을 업로드해야 합니다.

3. 보조 제출물

- 출품하는 캠페인에 따라 이미지/사진/보도 내용 스크랩, 방송 내용, 라디오, 브랜드 기술/하드웨어 및 소프트웨어/샘플/프로셔/제품 패키지/소책자, 매장 용품 등 적절한 보조 자료를 제출할 수 있습니다. (부록의 **보조 제출물 형식** 참조)

INTEGRATED DIGITAL CAMPAIGN 1/2

출품작 요건

- 통합 디지털 캠페인은 세 개 이상 요소가 수용되는 경우에 해당합니다.
- 출품하는 URL은 출품작이 집행되는 곳으로 직접 가야 합니다.
- 모든 출품작은 2015년 5월 1일 아카이브 합니다.
- 수상작과 예선통과작은 모두 아카이브된 버전과 비교해 5월 2일부터 심사일 사이에 실질적인 변경사항이 없었는지 확인합니다. 5월 1일을 경과한 후 출품작의 콘텐츠나 프리젠테이션에 변경사항이 있는 경우에 수상 자격이 철회될 수 있습니다.
- 장기간 서버가 다운되어 심사 시 액세스할 수 없는 경우는 심사에 고려하지 않습니다.

제출물 요건

각 제출물의 형식과 규격은 '제출물 형식 및 규격'을 참조하십시오.

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

- 부록 참조

URL

- 출품작을 소개하는 URL이나 이미지를 제공할 수 있습니다.
- 출품하는 url에 로그인이 필요한 경우에는 로그인 아이디와 비밀번호 등을 제공해야 합니다. 단 표준 소셜 플랫폼인 경우는 예외입니다.
- The Banners 또는 Other Rich Media 카테고리 출품하는 경우 non-branded url 상에서 mock / simulation 모드로 볼 수 있어야 합니다. 출품작을 본래 퍼블리시된 대로 온라인 상에서 볼 수 있어야 하기 때문입니다.
- Viral 카테고리 출품하시는 경우에는 그 결과에 대해 되도록이면 많은 정보를 추가하십시오. 가급적이면 조회수/hit 수/포워드 수/사용자 수 등을 기입하십시오. 결과에 대한 정보가 없는 경우 심사에서 불이익을 받을 수 있습니다.
- 모든 웹사이트는 최소 Internet Explorer 9.0 이상에서 볼 수 있어야 합니다. 구글 크롬이나 파이어폭스 등 특정 브라우저에만 조회가 가능한 경우에는 이를 명시하십시오.
- 장시간 서버가 다운되어 액세스할 수 없게 되는 경우는 심사 시 고려되지 않습니다. 심사가 종료될 때까지 출품한 url을 주기적으로 점검하시기 바랍니다.
- 영어 웹사이트가 아니거나 설명이 필요한 경우에는 번역문이나 케이스 필름을 제공하길 권합니다.
- 웹사이트에는 2015년 4월 29일부터 2015년 9월 30일까지 접속할 수 있어야 합니다.

INTEGRATED DIGITAL CAMPAIGN 2/2

2. 선택 제출물

Case Film (또는 PDF나 Powerpoint)

- 케이스 필름의 형식은 부록을 참조하십시오.
- 모든 출품작에는 Case Film이나 동영상 클립을 함께 제출하시길 강력히 권고합니다.
- Online Video 카테고리 출품하시는 경우 온라인 동영상의 url과 함께 동영상을 업로드해야 합니다.

3. 보조 제출물

- 출품하는 캠페인에 따라 적절한 보조 자료를 제출할 수 있습니다.
- 이미지/사진/보도 내용 스크랩: JPEG, 300dpi, RGB. 긴 쪽이 420mm가 되도록 합니다.
- 방송 내용 동영상: mov/mov4 형식으로 온라인 상에서 제출합니다. 케이스 필름에 포함된 텔레비전/영화 광고는 보조자료로 제출하지 않습니다.
- 라디오 및 음성 파일: MP3 형식으로 온라인 상에서 제출합니다. Bit rate 128kbps, compression ratio 15:0, 파일 사이즈 3MB 이내
- 제출하는 캠페인의 성격에 따라 적절한 보조자료를 제출합니다. 브랜드 기술, 웨어러블 하드웨어, 샘플, 브로셔, 제품 팩, 소책자 또는 매장에서 사용된 물품 등이 포함됩니다.

DIRECT AND PROMO & ACTIVATION 1/1

출품작 요건

- 각 캠페인은 출품작 한 점에 해당합니다.
- 모든 출품작들은 한 가지 광고나 캠페인에 관계된 것이어야 합니다. 한 가지 광고나 캠페인 이상에 관련된 출품작은 (동일한 상품을 홍보하는 것이라 하더라도) 각 출품해 각자 출품비를 지불해야 합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

- 부록 참조

2. 선택 제출물

Case Film (또는 PDF나 Powerpoint)

- 케이스 필름의 형식은 부록을 참조하십시오.
- 모든 출품작에는 Case Film이나 동영상 클립을 함께 제출하시길 강력히 권고합니다.

3. 보조 제출물

- 출품작에 따라 보조 자료를 제출하시길 강력히 권합니다.
- Mailing 출품작의 경우 실제 우편물 1~2점을 제출합니다.
- Print/Outdoor 출품작의 경우 신문, 잡지, 별쇄광고 등 적절한 사본을 1부 제공합니다.
- TV 또는 Infomercial 출품작의 경우 해당 방영물을 Mpeg2 형식으로 1점 제출합니다. TV 부문일 경우에는 3분 이내로 편집하십시오.
- Ambient Media 출품작인 경우 실제 샘플이나 동영상 혹은 사진을 1부 첨부합니다.
- Radio 출품작인 경우 해당 광고를 MP3로 제출하십시오.
- Digital 또는 Interactive 부문인 경우 URL을 제출하거나 본래 "제목" 필드와 "발신" 필드가 그대로 있는 이메일을 entries@lions-health.com으로 보냅니다.
- Packaging 출품작의 경우 실제 포장 견본을 1~2점 제출합니다. 여의치 않은 경우 사진으로 대체할 수 있습니다.
- in-store marketing인 경우 디스플레이 견본 1점을 제출합니다. 이것이 여의치 않은 경우에는 사진으로 제출합니다.
- 적절한 선에서 그 외 추가 보조 자료를 제출할 수 있습니다.
- 모든 제출물은 심사위원들이 쉽게 보고 이해할 수 있어야 합니다. 영어로 되지 않은 경우에는 전문 번역을 해야 합니다.

FILM 1/1

해당 출품작

BROADCAST: CINEMA, TV AND DIGITAL FILM CONTENT ENTRY
REQUIREMENTS

출품작 요건

- 각 광고는 출품작 1점에 해당합니다. 여러 편의 광고가 하나의 캠페인을 구성할 때는 각기 따로 출품하고 출품비도 각각 지불해야 합니다.
- 단독 집행이 무의미하고 제품/브랜드 이름이 단 한 편에만 등장하는 티저(Teaser) 광고의 경우는 시리즈 전체를 한 점으로 간주합니다.

제출물 요건

- 부록의 필름/필름 크래프트 제출물을 참조하십시오.

FILM CRAFT 1/1

필름 크래프트는 아래 카테고리에 적용됩니다.

FILM – ART DIRECTION/PRODUCTION DESIGN

FILM – DIRECTION

FILM – SCRIPT

FILM – USE OF MUSIC/SOUND DESIGN

FILM – ANIMATION/VISUAL EFFECTS

FILM – CINEMATOGRAPHY

출품작 요건

- 각 광고는 출품작 1점에 해당합니다. 여러 편의 광고가 하나의 캠페인을 구성할 때는 각기 따로 출품하고 출품비도 각각 지불해야 합니다.
- 단독 집행이 무의미하고 제품/브랜드 이름이 단 한 편에만 등장하는 티저(Teaser) 광고의 경우는 시리즈 전체를 한 점으로 간주합니다.

제출물 요건

- 부록의 **필름/필름 크래프트 제출물**을 참조하십시오.

INTEGRATED 1/1

출품작 요건

- 각 통합 출품작이나 캠페인은 출품작 한 점에 해당합니다. 한 가지 캠페인 이상과 관련된 출품작은 (동일한 상품을 홍보하는 것이라 하더라도) 각각 출품해야 합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

- 출품작을 설명하는 디지털 프리젠테이션 보드를 제출해야 합니다.
- 상세한 사항은 부록의 **디지털 프리젠테이션 보드**를 참조하십시오.

2. 선택 제출물

케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)

- 케이스 필름의 형식은 부록을 참조하십시오.
- 모든 출품작에는 Case Film이나 동영상 클립을 함께 제출하시길 강력히 권고합니다.

3. 보조 제출물

- 출품하는 캠페인에 따라 이미지/사진/보도 내용 스크랩, 방송 내용, 라디오, 브랜드 기술/하드웨어 및 소프트웨어/샘플/프로셔/제품 패키지/소책자, 매장 용품 등 적절한 보조 자료를 제출할 수 있습니다. (부록의 **보조 제출물 형식** 참조)

MOBILE 1/2

출품작 요건

- 각 모바일 웹사이트, 모바일 게임, 애플리케이션 등은 출품작 한 점에 해당합니다.
- 각 통합 출품작이나 캠페인은 출품작 한 점에 해당합니다. 한 가지 캠페인 이상과 관련된 출품작은 (동일한 상품을 홍보하는 것이라 하더라도) 각각 출품해야 합니다.
- 출품작과 함께 핸드셋(handset, 단말기, 수화기, 리모컨 등)을 보내려면 출품 번호와 제목을 분명히 기재해야 합니다. 핸드셋을 보낼 때는 반환 주소와 함께 선납한 레이블을 붙여서 페스티벌이 끝난 후 반환할 수 있게 합니다. 페스티벌 조직위원회에서는 보조 제출물의 손상이나 분실에 대한 책임을 지지 않습니다.
- URL로 들어갔을 때 출품자의 브랜딩이나 언급이 없어야 합니다.
- 모든 출품작은 2015년 5월 1일 아카이브 합니다. 수상작과 예선통과작은 모두 아카이브된 버전과 비교해 5월 2일부터 심사일 사이에 실질적인 변경사항이 없었는지 확인합니다. 5월 1일을 경과한 후 출품작의 콘텐츠나 프리젠테이션에 변경사항이 있는 경우에 수상 자격이 철회될 수 있습니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

- 출품작을 설명하는 디지털 프리젠테이션 보드를 제출해야 합니다.
- 상세한 사항은 부록의 **디지털 프리젠테이션 보드**를 참조하십시오.

URL

- 모바일 출품 시에는 심사위원들이 다운로드 받아 출품작을 검토할 URL 주소를 제공해야 합니다.
- URL은 Apple App Store나 Android Market 또는 기타 소프트웨어 스토어 내의 해당 애플리케이션 페이지, 혹은 해당 출품작을 위해 특별히 설치한 웹페이지로 직접 들어갈 수 있는 주소여야 합니다. 해당 URL에 로그인이나 패스워드 없이 액세스할 수 있어야 합니다.
- 영국에서 해당 출품작이나 애플리케이션을 다운로드할 수 없는 경우, 출품자 측에서 책임 지고 영국과 프랑스 칸에서 다운로드 받을 수 있는 URL을 제공해야 합니다.
- 이 경우 확인을 위해 원래 출품작이나 애플리케이션의 링크도 함께 제공해야 합니다.
- 애플리케이션을 다운로드하거나 모든 기능을 사용할 수 있도록 하는데 비용이 드는 경우, 프로모션 코드를 제출하거나 심사위원들이 해당 애플리케이션의 모든 기능에 액세스할 수 있는 방법을 제시해야 합니다.
- 애플리케이션이나 모바일 사이트가 닫혀 있는 경우, mock-up 버전이나 모바일 웹사이트 혹은 모바일 애플리케이션의 동영상 캡처를 제공할 수 있습니다.
- 또한 해당 URL 상의 애플리케이션의 이미지를 JPG나 PDF로 제출할 수도 있습니다.
- 모바일 출품작/애플리케이션이 영어로 되어 있지 않거나 설명이 필요한 경우 번역본 및 케이스 필름을 함께 제출하실 것을 권합니다.

MOBILE 2/2

2. 선택 제출물

케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)

- 케이스 필름이나 동영상은 보조 자료로 제출하실 것을 강력히 권합니다. 서면 제출물, 프리젠테이션 보드와 함께 심사에 큰 영향을 미칩니다.
- 케이스 필름 형식은 부록을 참조하십시오.

3. 보조 제출물

- 출품하는 캠페인에 따라 적절한 하드카피 보조 자료를 제출할 수 있습니다. 여기에는 브랜드 기술, 웨어러블 하드웨어 혹은 기타 디자인 샘플 등이 해당됩니다.

OUTDOOR AND INTEGRATED OUTDOOR 1/1

출품작 요건

- 표준 옥외 출품작의 경우, 각 광고가 출품작 한 점에 해당합니다. 하나의 캠페인을 이루는 광고들은 각기 출품작 한 점씩 따로 제출합니다.
- 단독 집행으로는 무의미하며 상품이나 브랜드의 이름이 단 한 번만 나타나는 티저 옥외 광고의 경우에는 시리즈 전부가 출품작 한 점에 해당합니다.
- Ambient 옥외 광고로 출품하시는 경우, 유사한 아이디어로 여러 사례가 집행된 것을 프리젠테이션 보드 한 장에 넣어 한 점으로 출품할 수 있습니다. 그러나 작품이 여러 가지 종류의 크리에이티브 집행으로 구성된 경우, 주최측에서 이를 여러 점의 출품작으로 나누라고 요청할 수 있습니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

전통 옥외 광고 Traditional Outdoor (Posters, Points of Sale, Billboards etc)

디지털 이미지하드카피를 모두 제출해야 합니다. 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

기타 옥외 광고 Collateral, Ambient and Integrated Outdoor

출품작을 소개하는 프리젠테이션 보드를 제출합니다. 프리젠테이션 보드의 규격과 작성 방법은 부록을 참조하십시오.

2. 선택 제출물

케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)

- 기타 옥외 광고의 경우 케이스 필름이나 동영상 제출을 강력히 권고합니다. 단 전통 옥외 광고인 경우에는 케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)를 제출하지 않습니다.
- 케이스 필름의 형식은 부록을 참조하십시오.

PR 1/1

출품작 요건

- 각 캠페인은 출품작 한 점에 해당합니다.
- 모든 출품작은 PR 캠페인 한 점에 관련된 것이어야 합니다. 두 가지 이상 캠페인에 해당하는 경우, 클라이언트가 동일하다 할지라도 각각 출품하고 출품비를 납부해야 합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

- 출품작을 소개하는 디지털 프리젠테이션 보드를 제출합니다.
- 디지털 프리젠테이션 모드의 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

2. 선택 제출물

케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)

- 모든 PR 출품작에 대해 케이스 필름이나 출품작을 설명하는 동영상 제출을 강력히 권합니다.
- 케이스 필름이나 PDF/Powerpoint의 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

3. 보조 제출물

- 출품작에 따라 적절한 보조 자료를 제출할 수 있습니다.
- 보조 자료들은 바인더 한 권에 묶어 제출하시길 강력히 권고합니다. 보조 자료로는 기획서, 보도자료, 보도내용, 온라인 콘텐츠, TV 커버리지, 측정 및 산출 자료, 연구보고서 등을 제출할 수 있습니다.
- 바인더의 크기는 letter 혹은 A4로 합니다. 바인더의 안팎에는 아무런 식별 기호도 없어야 합니다. 콘텐츠를 탭으로 분류하십시오.
- 보조 자료는 가장 중요한 것들로 국한하고 1부씩만 첨부하십시오.
- Live Events, Stunts, Celebrity Endorsement 카테고리인 경우, 각 이벤트나 스텐트의 사진을 제출하십시오.
- Digital & Social Media PR의 경우 2015년 5월 1일부터 9월 30일까지 액세스할 수 있는 URL를 제출합니다.
- Use of Broadcast 카테고리의 경우, 모든 방송물을 mov/MP4, 라디오 방송의 경우 MP3로 제출합니다. 영어가 아닌 경우 영어 번역본을 함께 제출하십시오.
- 이미지/사진/보도물의 경우 Jpegs 300 dpi RGB, 64x48cm 이내로 합니다.
- 모든 제출물은 쉽게 이해할 수 있어야 합니다. 영어로 되지 않은 경우 전문 번역과 함께 제출하십시오. 특정 언어 유희나 사회적, 문화적, 정치적인 언급 및 뉘앙스를 설명하는 것은 출품자의 몫입니다.

PRINT 1/1

출품작 요건

- 각 광고는 출품작 한 점에 해당합니다.
- 하나의 캠페인을 이루는 광고들은 각기 출품작 한 점씩 따로 제출합니다.
- 단독 집행으로는 무의미하며 상품이나 브랜드의 이름이 단 한 번만 나타나는 티저 옥외 광고의 경우에는 시리즈 전부가 출품작 한 점에 해당합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

전통 인쇄 광고 Traditional Print (magazine, Newspaper, Single Page Inserts etc)

- 디지털 이미지와 하드카피를 모두 제출해야 합니다. 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

기타 인쇄 광고 Collateral Print (brochure, Booklets, Custom Sales materials, Multi-Page Inserts, Promotional Items, Annual Reports, Press Releases etc.

- 출품작을 소개하는 프리젠테이션 보드를 제출합니다.
- 프리젠테이션 보드의 규격과 작성 법은 부록을 참조하십시오.
- 실제 인쇄물 샘플 1점
- 샘플의 배송 방법은 부록을 참조하십시오.

PRINT & OUTDOOR CRAFT 1/1

인쇄&옥외 크래프트 출품 요건은 다음 카테고리에만 적용됩니다.

PRINT & POSTER CRAFT – COPYWRITING
PRINT & POSTER CRAFT – TYPOGRAPHY
PRINT & POSTER CRAFT – ART DIRECTION
PRINT & POSTER CRAFT – ILLUSTRATION
PRINT & POSTER CRAFT– PHOTOGRAPHY

출품작 요건

- 각 광고는 출품작 한 점에 해당합니다.
- 하나의 캠페인을 이루는 광고들은 각기 출품작 한 점씩 따로 제출합니다.
- 단독 집행으로는 무의미하며 상품이나 브랜드의 이름이 단 한 번만 나타나는 티저 옥외, 인쇄 광고의 경우에는 시리즈 전부가 출품작 한 점에 해당합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

전통 인쇄 광고 Traditional Print (magazine, Newspaper, Single Page Inserts etc)

- 디지털 이미지와 하드카피를 모두 제출해야 합니다. 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

기타 인쇄 광고 Collateral Print (brochure, Booklets, Custom Sales materials, Multi-Page Inserts, Promotional Items, Annual Reports, Press Releases etc.

- 출품작을 소개하는 프리젠테이션 보드를 제출합니다.
- 프리젠테이션 보드의 규격과 작성 법은 부록을 참조하십시오.
- 실제 인쇄물 샘플 1점
- 샘플의 배송 방법은 부록을 참조하십시오.

전통 옥외 광고 Traditional Outdoor (Posters, Points of Sale, Billboards etc.

- 디지털 이미지하드카피를 모두 제출해야 합니다. 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.
- 기타 옥외 광고 Collateral, Ambient and Integrated Outdoor
- 출품작을 소개하는 프리젠테이션 보드를 제출합니다. 프리젠테이션 보드의 규격과 작성 법은 부록을 참조하십시오.

RADIO & RADIO CRAFT 1/1

출품작 요건

- 각 광고는 출품작 한 점에 해당합니다. 캠페인 한 편을 구성하는 광고들은 각각 출품하고 출품비도 각각 납부해야 합니다.
- 단독 집행이 무의미하고 제품/브랜드 이름이 단 한 편에만 등장하는 티저(Teaser) 광고의 경우는 시리즈 전체를 한 점으로 간주합니다.

제출물 요건

MP3 파일

- 출품작 1점 당 디지털 파일 1개를 제출합니다. MP3 형식 이외에는 접수하지 않습니다.
- MP3의 형식은 다음과 같습니다: Bit rate 128 kbps, Compression ratio 11:1, 파일 크기 3MB 이내
- 최대 길이는 180초까지입니다.
- 모든 출품작은 원어로 제출하셔야 합니다.
- 영어로 되어 있지 않은 경우, 영어 버전도 함께 제출할 것을 강력히 권합니다.
- 영어 사용국가가 아닌 곳에서 출품작을 영어로만 제출할 경우, 광고가 영어로만 집행됐다는 증거가 필요합니다. 증거가 없는 경우 출품이 취소될 수 있습니다.
- 모든 제출물은 방송된 그대로 제출해야 합니다. 영어 버전을 제작할 때 변경 내용 없이 그대로 번역해야 합니다.
- 영어 버전을 제출 시에는 원어 버전과 정확히 일치해야 합니다. 대본과 음향효과는 원본과 동일해야 하며 이름이나 장소, 사건의 이름 등을 영어 청중을 의식해 변경해서는 안 됩니다. 따라서 출품 양식 내에 특정 언어유희나 지역적, 사회적, 문화적, 혹은 정치적인 언급에 대한 설명은 출품자 측에서 책임 지고 기입해야 합니다.
- 번역본은 원래 광고와 동일한 성의 인물이 연기해야 합니다.
- 원본과 번역본은 각각 다른 MP3 파일로 제출하십시오.
- MP3는 온라인 업로드 기능을 통해 제출합니다.

대본

- 각 출품작에 대해 영어 원문을 제출합니다. 영어 이외의 언어로 된 경우에는 원어도 함께 제출하십시오.
- 대본은 원본 그대로 제출하셔야 하며 영어 번역본의 경우 정확히 번역되어야 합니다.
- 시스템이 외국문자를 인식하지 못할 경우가 있으므로 대본은 로마자로 제출하십시오.

USE OF TECHNOLOGY 1/1

출품작 요건

- 각 출품작이나 캠페인은 출품작 한 점에 해당합니다. 두 가지 이상의 캠페인과 관련되는 출품작은 동일한 상품을 홍보하는 것이라 하더라도 각자 출품해야 합니다.

제출물 요건

1. 필수 제출물

디지털 프리젠테이션 보드

- 디지털 프리젠테이션 보드의 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

2. 선택 제출물

케이스 필름 (또는 PDF/Powerpoint)

- 모든 출품작에 대해 케이스 필름이나 출품작을 설명하는 동영상 제출을 강력히 권합니다.
- 케이스 필름이나 PDF/Powerpoint의 형식과 규격은 부록을 참조하십시오.

3. 보조 제출물

- 필요한 경우 출품작에 따라 적절한 보조 자료를 제출할 수 있습니다. 여기에는 브랜디드 기술, 웨어러블 하드웨어 및 기타 디자인 샘플 등이 해당됩니다.

부록

제출물 규격 및 작성 방법

부록

공통 주의사항

- 입력한 크레디트를 반드시 확인하십시오. 예선에 통과하거나 수상하는 경우 입력하신 크레디트가 웹사이트에 그대로 올라갑니다.
- 심사가 진행되는 동안에는 크레디트를 변경할 수 없습니다. 이후 변경하시고자 할 때에는 추가로 관리비가 소요됩니다.
- 제출물 안에 회사의 이름이나 기타 참여한 회사의 이름, 사람의 이름이 들어가는 것은 안 됩니다.
- 영어로 되지 않은 경우에는 전문 번역을 하거나 번역본과 함께 제출하십시오. 언어 유희나 지역적, 사회적, 문화적 혹은 정치적인 참조 사항이나 뉘앙스를 설명하는 것은 출품자의 몫입니다.

옥외/인쇄 부문 제출물

- 디지털 이미지: Jpeg, 300 dpi, RGB, 10MB 이내
- 디지털 이미지는 온라인 업로드 기능을 이용해 제출합니다.
- 모든 디지털 이미지의 파일 이름은 출품작 제목으로 합니다.
- 하드카피 이미지는 A2 (420≒594mm) 이내여야 합니다.
- 긴 쪽의 길이가 약 420mm가 되게 합니다.
- 디지털 이미지와 하드카피 모두는 텍스트, 문구, PR와 BPS 박스 등 모두 광고가 집행된 그대로 제출해야 합니다. 심사 과정에서 크리에이티비티와 지역적 법규를 함께 분석하기 위해서입니다.

디지털 프리젠테이션 보드

- JPEG, 300dpi, RGB, 최대 10MB
- 긴 쪽이 420mm 이하가 되도록 합니다.
- 출품 시 온라인 상에서 업로드 합니다. 파일 이름은 출품작 제목으로 합니다.
- 프리젠테이션 보드는 한 장으로 이뤄져야 합니다. 프리젠테이션 보드는 출품작의 핵심적인 비주얼과 설명만을 담도록 합니다.
- 공정한 심사를 위해 제출물 안에 출품하는 회사의 이름은 물론 참여한 회사나 개인의 이름이 들어가지 않도록 합니다. 단 자사 홍보나 커뮤니케이션인 경우에는 예외입니다.

케이스 필름 Case Film (또는 PDF/Powerpoint)

- 케이스 필름은 2분 이내여야 합니다. 2분이 넘을 경우 심사위원들이 끝까지 보지 않을 수 있습니다.
- 케이스 필름에는 동영상, 스틸 이미지 또는 기타 적절한 녹화영상 등 핵심적인 비주얼을 포함해야 합니다.
- 케이스 필름 제출이 여의치 않은 경우 PDF로 제출하십시오. PDF의 경우 출력한 사본을 바인더로 묶어 제출하십시오. 바인더에는 출품 시 제공되는 레이블을 부착해야 합니다.
- 케이스 필름과 PDF/Powerpoint 중 한 가지만 선택해 제출하십시오.

부록

케이스 필름 인코딩 표준

- 케이스 필름은 16:9 포맷으로 제출할 것을 권장합니다.
- 케이스 필름을 URL상으로 제출하지 마십시오.

Video Aspect Ratio	Container/Codec	
4:3 or 16:9	MOV/H.264	MP4/H.264
	720x576	720x576
	1024x576	640x480
	640x480	
HD 720p	854x480	
	1280x720	1280x720
	Audio	
	AAC	AAC
	Stereo	Stereo
	48kHz	48kHz

필름 / 필름 크래프트 제출물

- 필름 광고는 아래 형식 중 하나를 선택, 온라인 업로드 기능을 통해 제출합니다.
- 인코딩 모드로는 Multi-pass Dimensions를 권장합니다.

FORMAT	MP4 H.264	QuickTime H.264
PAL 4:3	720x576	720x576
AL 16:9	720x576	1024x576
NTSC 4:3	640x480	640x480
NTSC 16:9	640x480	854x480
HD 720p	1280x720	1280x720
HD 1080p	1920x1080	1920x1080
AUDIO	AAC	AAC
Channels	Stereo + 5.1	Stereo + 5.1
	48kHz or 96 kHz	48kHz or 96 kHz

부록

- 필름 크래프트는 아래 형식 중 하나를 선택, 온라인 업로드 기능을 통해 제출합니다.

FORMAT	MP4 H.264	QuickTime H.264
PAL 4:3	720x576	720x576
AL 16:9	720x576	1024x576
NTSC 4:3	640x480	640x480
NTSC 16:9	640x480	854x480
HD 720p	1280x720	1280x720
HD 1080p	1920x1080	1920x1080
AUDIO	AAC	AAC
Channels	Stereo + 5.1	Stereo + 5.1
	48kHz or 96 kHz	48kHz or 96 kHz
NTSC 16:9	640x480	인코딩 모드로는 Multi-pass Dimensions를 권장합니다.

보조 제출물 형식

- 자체홍보인 경우를 제외하고 대행사 이름이나 협력업체 이름이나 사람 이름이 나타나서는 안 됩니다.
- Slate, clocks, freezes가 영상 내에 포함되어서는 안 됩니다. 모든 파일에는 출품작 앞뒤에 1/2초의 black이 삽입되어야 합니다.
- 필름은 모두 본래 방영된 그대로 원어로 제출해야 합니다. 영어가 아닌 경우 영어로 자막을 달아야 합니다.
- 출품작에는 시간 제한이 없으나 3분 이상인 경우에는 3분으로 편집한 발췌본이나 편집본을 함께 제출합니다.

부록

하드카피/샘플

하드카피 및 견본 등 실제 제출물 보내는 법

- 하드카피나 샘플 등은 라이온즈 페스티벌즈 사무실에 도착하는 즉시 스캔하여 관리합니다. 올바른 관리를 위해 온라인 출품양식에서 받는 바코드 라벨을 반드시 부착해 배송하십시오. 필요한 경우 복사해서 쓸 수도 있습니다.
- 페스티벌 조직위원회에서는 운송 시 분실되거나 세관에 억류되는 출품작, 배송비 미납으로 수취가 거부된 출품작에 대해서는 책임지지 않습니다.

배송 주소는 다음과 같습니다.

LIONS HEALTH FESTIVAL – ENTRIES DEPARTMENT
14 Kean Street
London
WC2B 4AS
United Kingdom
Tel: +44 20 3033 4000
Fax: +44 20 3070 0004