



CLIO
AWARDS

2019 주요 수상작

GRAND | KOREA | DIGITAL

CLIO AWARDS

주최

클리오 어워드 社
(Clio Awards Ltd)

출품 분야

텔레비전 · 라디오 · 인쇄 · 포스터 · 인터넷 · 디자인 등

연혁

- 1959년 설립(미국 텔레비전 · 라디오 광고제로 개최)
- 1966년 국제 텔레비전 · 극장 광고 부문 신설
- 1971년 국제 인쇄광고/ 1974년 국제 라디오 광고 부문 신설
- 2000년 뮤직비디오 부문 신설
- 2019년 광고제 창립 60주년

• 주요 수상작 선정 기준 : 총 28편

- GRAND AWARD 총 12편

- GOLD AWARD 총 8편

- SILVER AWARD 총 5편

- BRONZE AWARD 총 3편

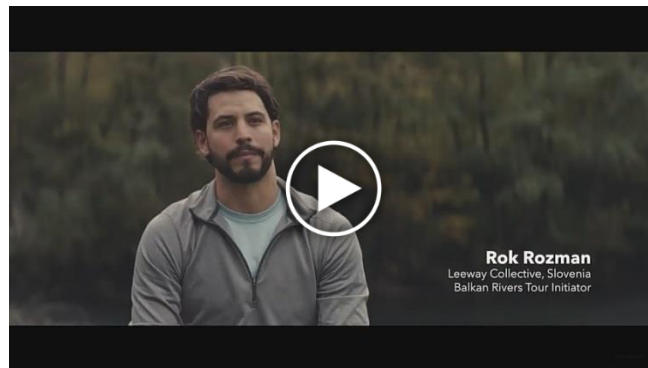
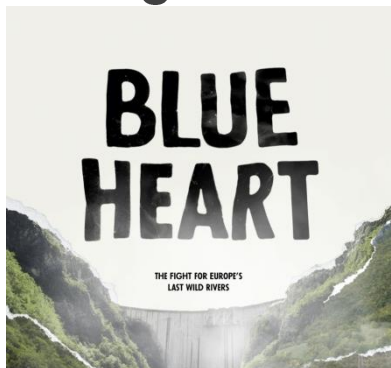
* 국내 수상작 및 디지털 광고 우수작 중심으로 선정



GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

Patagonia 'Blue Heart'



• 제작사 | Farm League • 국가

COMPETITION

Branded Entertainment > Film - Unscripted

CONCEPT & INSIGHT

- 무분별한 수력 발전 프로젝트로부터 유럽의 마지막 야생 강인 알바니아의 Vjosa를 보호하고자 하는 사람들의 이야기를 담은 다큐멘터리 영화
- 개발로 인한 환경 파괴의 위험성을 알리고 환경 보호에 대한 인식을 높이기 위해 추진되었으며 전 세계 주요 도시에서 상영 및 iTunes에서도 이용 가능
- 온라인 지역 보호 청원에 12만 건 이상의 서명을 받는 등 큰 지지와 호응을 이끌어냈고 이를 기반으로 정부 및 외국 투자사에 영향력 발휘

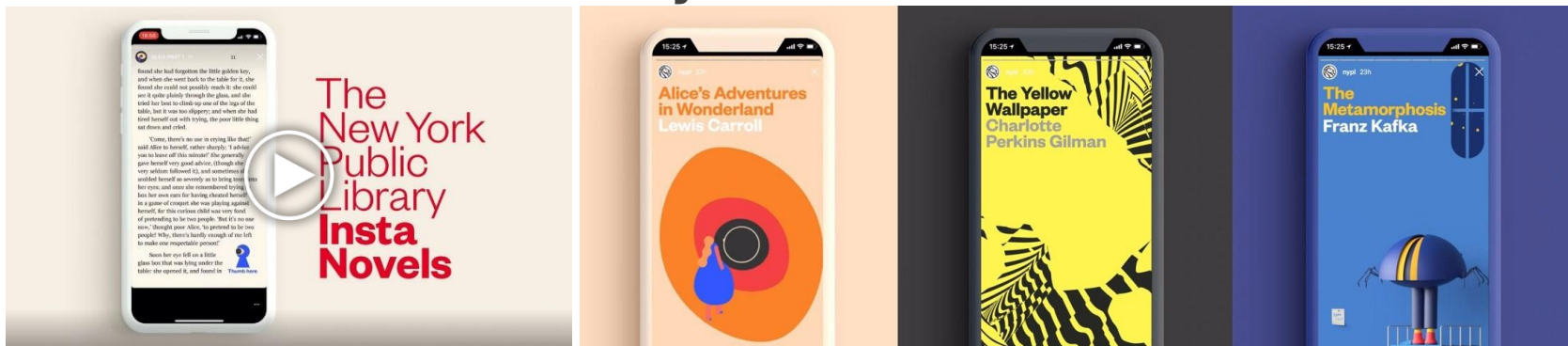


GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

The New York Public Library 'Insta Novels'

• 제작사 | Mother New York • 국가



COMPETITION

Design > Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 뉴욕 공립 도서관은 보다 많은 사람들이 문학 작품을 읽고 경험할 수 있도록 인스타그램 SNS 채널 활용하여 '인스타노블' 캠페인 진행
- 인스타그램에 최적화된 문학 작품 콘텐츠를 선별하여 영상과 텍스트로 내용을 정리하고 하루 읽을 분량을 단계적으로 업로드하여 연재된 작품을 손쉽게 소비할 수 있게 함
- 책 안의 콘텐츠 소비를 종이에서 스마트기기, 소셜 미디어로 확장한 아이디어로 많은 사람들의 흥미를 유발했으며, 뉴욕 공립 도서관의 SNS 계정 인기도 획기적으로 높아짐



GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

Burger King 'The Whopper Detour'

• 제작사 | FCB New York • 국가



COMPETITION

Digital/Mobile > Other

CONCEPT & INSIGHT

- 글로벌 브랜드 '버거킹'은 강력한 경쟁사인 맥도날드 매장 근처에서 버거킹 앱 내 할인 쿠폰을 획득 할 수 있도록 이벤트를 실시
- 버거킹 앱을 설치한 유저가 맥도날드 매장 근처로 접근 시 버거킹 대표 상품인 와퍼를 1센트에 구매할 수 있는 쿠폰을 제공하여 버거킹 매장으로 소비자 유인
- 경쟁사를 활용한 획기적인 방법으로 고객 경험의 확장을 이끌어 냈으며 프로모션 기간 동안 150만 다운로드와 35억 회 이상의 캠페인 영상 노출 달성

Leroy Merlin 'Lessons For Good'

• 제작사 | Publicis Italy • 국가 



COMPETITION

Experiential/Events Events

CONCEPT & INSIGHT

- 이탈리아의 대표적인 DIY 홈 센터인 '르호와멜랑'은 자신들의 제품을 필요로 하는 자선단체를 찾아가 DIY 수업을 무료로 진행하는 프로젝트 기획
- 각각의 DIY 수업은 공간을 변화시키는 작은 프로젝트를 함께 병행했으며, 1,500여 명의 고객들이 함께 참여하여 약 100여 개가 넘는 공간을 리뉴얼
- 'Lessons For Good' 프로젝트 사례 공유를 위한 이탈리아 국회의 공식적인 초청 및 NGO단체들의 지지를 이끌어내며 사회적 공감을 불러일으킴



GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

Stella McCartney 'Breast Cancer Awareness - Idris Elba'

• 제작사 | Stella McCartney • 국가 



COMPETITION

Fashion & Beauty

CONCEPT & INSIGHT

- 디자이너 'Idris Elba'가 유방암 인식 이니셔티브의 일환으로, 유방암으로 인해 유방 절제술을 받은 여성들을 위한 압박 브라 1,000개를 기부하는 캠페인 진행
- 자선 단체인 'Stella McCartney'와 함께 콜라보하여 유방 절제술을 받은 여성들이 부끄러움을 떨쳐내고 여전히 아름다운 여성임을 깨닫고 당당해지자는 메시지 전달
- 또한 유방암 예방의 필요성과 유방 절제술에 대한 사회적 편견 및 잘못된 인식을 없애기 위한 메시지 담은 <All is Love> 라는 새로운 단편 영화를 선보임



GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

The New York Times 'The Truth Is Worth It(4Ads)'

• 제작사 | Droga5 New York • 국가 



COMPETITION

Film > 30 seconds and under

CONCEPT & INSIGHT

- 뉴욕타임즈의 The Truth is Worth it 캠페인 시리즈로 멕시코 학생들의 실종 사건, 미국-멕시코 국경 관련 이슈, 미얀마 정부의 '인종청소' 사태 등 은폐된 진실과 이를 알리기 위해 노력한 기자들의 정신을 Resolve, Rigor, Perseverance, Courage 등 4가지 키워드에 맞는 주제로 시리즈 광고 제작
- 진실을 밝혀내기 위한 언론의 '기자 정신'을 보여주며 올바른 사실을 전달하기 위해 위험을 무릅쓰고 탐사 취재하는 저널리즘의 진정한 자세 소구

Microsoft 'Changing the Game'



•제작사 | MCCANN NEW YORK •국가 |

COMPETITION

Innovation) Product Innovation

CONCEPT & INSIGHT

- 마이크로소프트社は 신체적 장애를 가진 사용자도 보다 쉽게 XBOX 게임을 즐길 수 있도록 새로운 디자인을 적용한 'XBOX ADAPTIVE CONTROLLER'를 개발
- 장애를 극복하고 게임을 즐기는 모습과 가족과의 이야기를 기록해 다큐멘터리 영상을 제작한 후 이를 1분 분량으로 편집해 슈퍼볼 광고를 비롯한 브랜딩 캠페인 진행
- 모든 사람들에게 열린 제품, 브랜드 경험의 접근성과 중요성을 환기시키는 획기적인 커뮤니케이션을 보여주며 'Changing the Game'의 가치를 대중에게 전달



GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

Essity Libresse/Bodyform ‘Viva La Vulva’

• 제작사 | AMVBBD0 • 국가



COMPETITION

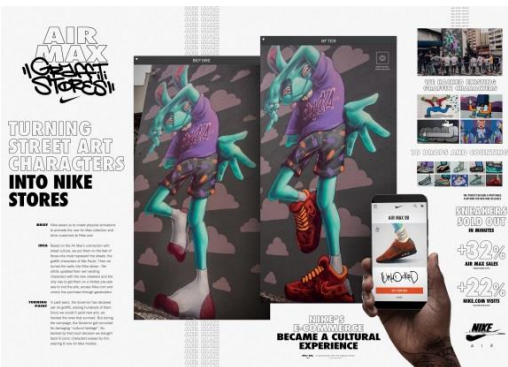
Integrated Campaign

CONCEPT & INSIGHT

- 여성의 특정 신체부위에 대한 왜곡된 시선과 언급 자체의 금기화로 여성들이 건강 마저 위협당하고 있는 사회적 현실을 꼬집고 편협적 인식의 전환을 위해 제작
- 발랄한 BGM과 함께 신체 부위가 연상되는 다양한 연출 또는 모형이 등장하며 여성의 성기가 특정 이미지로 소비되는 금기적인 것이 아닌 여성의 자연스러운 신체 일부라는 점을 유쾌한 방식으로 소구



Nike 'Air Max Graffiti Stores'



• 제작사 | AKQA SÃO PAULO • 국가 |



COMPETITION

Out of Home } Other

CONCEPT & INSIGHT

- 상파울로 도시의 그래피티 거리 벽화를 나이키 신발 제품과 접목하여 캠페인 영상을 제작했으며, 유명 그래피티 아티스트 그룹과 함께 제품 디자인 작업 진행
- 나이키의 신제품 모델 Air Max에 그래피티 낙서 캐릭터를 접목하고 해당 그래피티 벽화 앞에서 바로 연관된 신발 제품 정보를 찾고 바로 구매할 수 있도록 함
- 젊은이들의 문화 중 하나인 그래피티를 활용하여 도시를 거대한 부티크이자 제품 홍보 마케팅의 장으로 활용

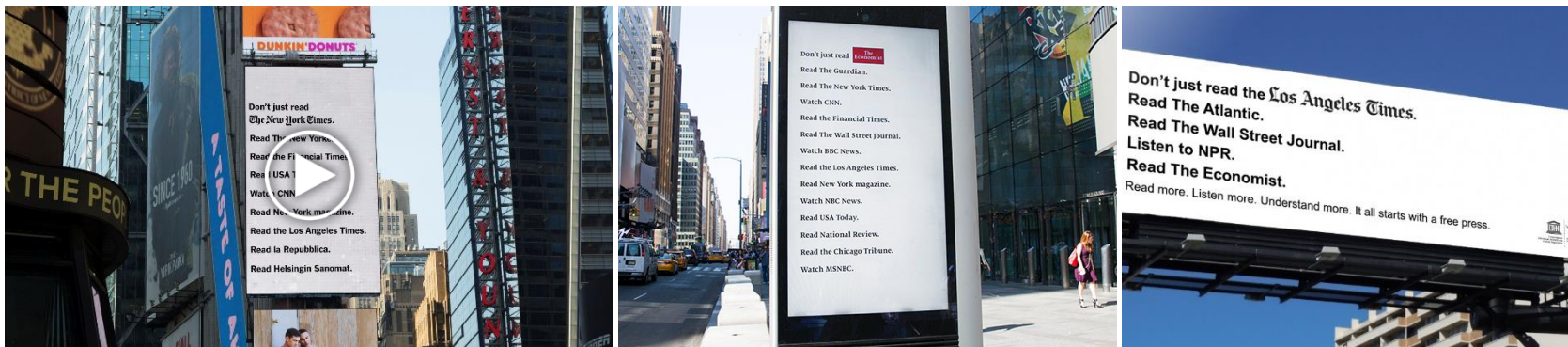


GRAND CLIO

CLIO
AWARDS

The New York Times 'Read More. Listen More'

• 제작사 | Droga5 New York • 국가 



COMPETITION

Partnerships & Collaborations

CONCEPT & INSIGHT

- '세계 언론 자유의 날'을 맞이하여 유네스코와 함께 정직하고 투명한 뉴스를 대중들이 더 많이 읽고 들을 수 있도록 다양한 옥외광고 및 디지털 매체를 통해 메시지 전달
- 국내외 수 많은 매체들이 있음을 인지시키며 대중들이 보다 다양하고 객관적인 시각을 가질 수 있도록 독려
- 87개국을 대상으로 724만개의 미디어 임프레션을 유발했으며, 다양한 방법으로 캠페인 메시지를 공유하고 전달하는 등 대중들의 참여를 이끌어 냄

Aeromexico 'A world without borders'

• 제작사 | Ogilvy & Mather Mexico • 국가 



COMPETITION

Public Relations) Creative Effectiveness

CONCEPT & INSIGHT

- 멕시코 음식을 먹고 문화를 향유하는 등 일상생활 곳곳에서 멕시코를 접하지만 막상 멕시코 여행을 꺼려하는 미국인을 대상으로 '멕시코 DNA 할인 캠페인' 진행
- 미국에 거주하는 사람을 대상으로 DNA 검사를 실시하여, 멕시코 원주민 DNA와 일치하는 비율대로 멕시코 행 항공권을 할인하여 제공한다는 캠페인 영상 제작
- 미국과 멕시코 국경 장벽 이슈로 멀어진 양국 사이의 심리적 거리를 좁히고 항공사의 노선 안내 및 이용을 권장하는 자연스러운 홍보 메시지 전달 사례



Bud Light 'Philly Philly'



• 제작사 | Wieden+Kennedy New York • 국가 

COMPETITION

Social Media > Social Post

CONCEPT & INSIGHT

- 미국의 미식축구 팀 이글스를 공식 후원하고 있는 맥주 브랜드 버드 라이트(Bud Light)는 2018년 슈퍼볼에서 이글스가 우승한 이래로 상징적인 문구 'Philly Philly'를 활용한 브랜드 마케팅을 진행하여 스포츠 팬들 사이에서 상징적인 제품과 브랜드 메시지로 인식
- 이글스 팀 로고를 활용한 맥주 캔과 우승 기념 한정판 패키지를 제작하고 'Philly Philly' 스토리가 담긴 동상을 세우는 등 이글스 팬들을 위한 다양한 스포츠 마케팅 실시

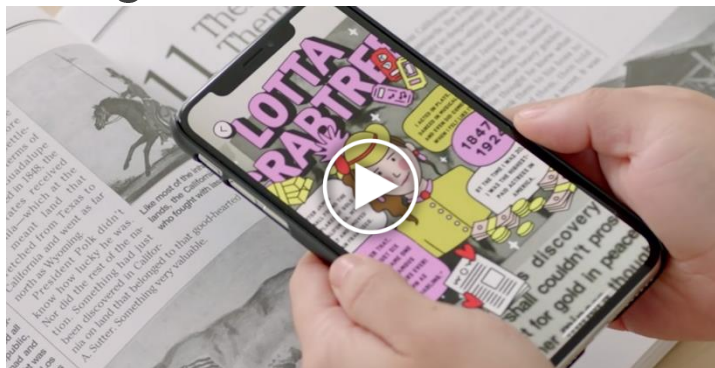


GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Daughters of the Evolution 'Lessons in Herstory'

• 제작사 | Goodby Silverstein & Partners • 국가 | 



COMPETITION

Digital/Mobile > Apps

CONCEPT & INSIGHT

- 여성단체는 역사 교과서 참고 문헌의 89%가 남성의 이야기에 집중되어 있고, 역사 교과서 내 여성 인물이 과소 평가 되어있다는 문제점에 착안하여 역사 속 여성에 대한 인식 전환과 다양한 여성 위인의 이야기를 보여주기 위한 교육 캠페인을 진행
- AR 증강현실 기술을 이용하여 역사책 속에 담긴 남성 역사 인물의 이미지를 스마트폰 어플로 스캔하면 동시대의 주요 여성 인물의 정보와 스토리를 제공

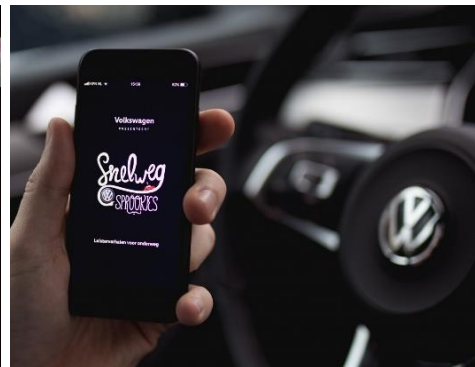
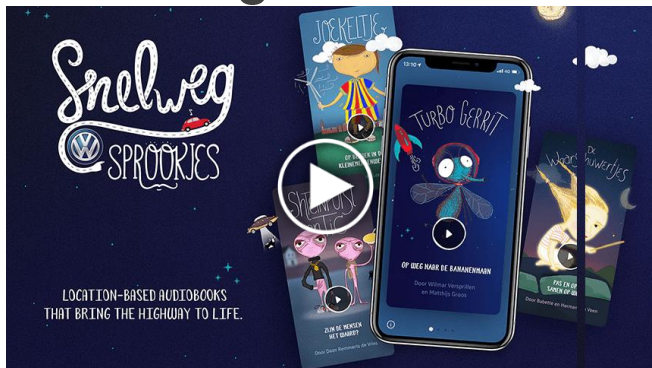


GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Volkswagen 'ROAD TALES'

• 제작사 | Isobar • 국가 



COMPETITION

Digital/Mobile > Apps

CONCEPT & INSIGHT

- 자동차 브랜드 폭스바겐은 아이들이 차량에 탑승하여 창밖을 구경하는 경험을 더욱 즐겁게 하기 위해 대화형 오디오북 어플을 개발
- 사용자 위치 정보를 기반으로 앱 이용자가 드라이브를 하며 실제 도로 위에서 볼 수 있는 풍경이나 교량, 풍차, 나무 같은 물체를 직접 활용하여 고유한 스토리 제작
- 4~11세 어린이를 위한 차량 탑승용 무료 어플을 제공하고 이를 활용한 SNS 캠페인과 인플루언서 마케팅 운영 등 활발한 브랜드 홍보 진행



GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Wendy's 'Keeping Fortnite Fresh'

• 제작사 | VMLY&R KANSAS CITY • 국가



COMPETITION

Branded Entertainment > Games

CONCEPT & INSIGHT

- 미국의 패스트푸드 브랜드 '웬디'는 젊은 층에게 인기가 높은 온라인 게임 '포트나이트'와 협업하여 게임 내 웬디 캐릭터를 추가하고 게임 소재를 활용한 홍보 진행
- 게임 캐릭터로 재탄생 시킨 웬디를 통해 냉동 고기를 깨 부수는 미션을 부여하고, 유저들이 게임을 즐기며 미션에 자발적으로 참여함으로써 자연스럽게 웬디 브랜드를 경험
- 게임과 요식업 콜라보 미션을 통해 게임 인플루언서들에 의한 2차 콘텐츠 확산 등 높은 바이럴 효과 달성



GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

March for Our Lives 'Generation Lockdown'

• 제작사 | McCann New York • 국가 



COMPETITION

Branded Content > Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 미국 전역에서 발생하는 교내 총격 사건에 경각심을 주기 위한 캠페인 일환으로, 여학생이 담담하게 저격수로부터 자신을 보호하는 방법을 이야기하는 방식으로 구성
- 'Generation Lockdown'이라는 제목의 비디오는 오늘날 학생들이 전국의 학교에서 직면하는 위험한 환경에 대한 명확한 인식으로 미국 내 총기 규제 필요성 전달



GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Tourism Australia 'Dundee: The Son of A Legend Returns Home'

• 제작사 | Droga5 New York • 국가 



COMPETITION

Integrated Campaign

CONCEPT & INSIGHT

- 1986년 개봉한 'DUNDEE'는 호주의 모험가 던디가 미국에 방문한 에피소드를 그린 영화로 호주 관광청이 '돌아온 던디의 아들'이라는 후속작 컨셉으로 페이크 영상 제작
- 오래 전에 흥행한 영화의 명성을 활용하여 사람들의 관심과 흥미를 유발시키고 영상 속에 호주의 자연과 도심 풍경을 담아 관광지의 매력을 자연스럽게 홍보
- 대니 맥브라이드, 러셀 크로우, 휴 잭맨 등 호주를 대표하는 유명 영화 배우들을 등장시켜 온·오프라인에 다양한 방식으로 홍보 마케팅 진행



GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Diesel 'Ha(u)te Couture'

• 제작사 | Publicis Italy • 국가 



COMPETITION

Social Media > Multi-Platform

CONCEPT & INSIGHT

- 디젤의 패션 캠페인 '헤이트 쿠티르'는 고급 맞춤복을 뜻하는 '오트 쿠티르'의 'Haute'를 미움을 뜻하는 'Hate'로 바꿔 부당한 비난에 과감히 맞서자는 의미를 담음
- 셀럽인 유아인을 비롯해 니키 미나즈, 구찌 메인, 벨라 손 등 세계적 인사들이 캠페인에 참여해 헤이트 쿠티르 한정판 컬렉션 제작 및 캠페인 영상 및 화보 촬영 진행
- 인종, 성별, 환경, 디지털 문화와 같은 다양한 주제를 디젤 고유의 반어적인 방식으로 풀어나가며 세상에 화두를 던지는 브랜딩 캠페인



GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Apple 'Share Your Gifts'



•제작사 | TBWA Media Arts Lab • 국가

COMPETITION

Branded Entertainment > Music

CONCEPT & INSIGHT

- Creation의 가치와 공유의 중요성에 대한 메시지를 담은 애플의 감성적인 브랜딩 캠페인으로 동화 같은 분위기의 애니메이션으로 제작
- 맥북으로 작곡을 시작했다는 세계적인 핫 아이콘이자 인기 가수 빌리 아일리시의 오리지널 트랙 'come out and play'를 BGM으로 삽입하며 더욱 큰 화제

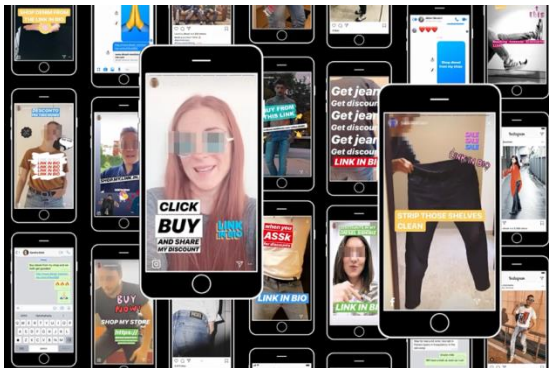
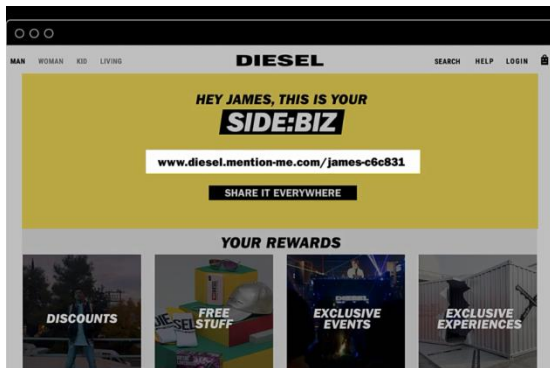


GOLD AWARD

CLIO
AWARDS

Diesel 'Be a Follower'

• 제작사 | Publicis Italy • 국가 



COMPETITION

Direct > Social Media

CONCEPT & INSIGHT

- 인플루언서 대신 SNS에서 활동하는 보통의 'follower'들을 프로모터로 내세우는 SIDE:BIZ Shop 캠페인 진행
- Diesel은 follower들에게 전용 SIDE:BIZ Shop 할인 링크를 생성, 이를 통한 거래 실적에 따라 리워드를 제공함으로써 follower들이 스스로 적극적인 홍보/판매에 참여하도록 함
- SIDE:BIZ 캠페인 공개 1주일 만에 37,000명 이상의 참여가 이루어졌고, 이커머스 트래픽 365%, 온라인 판매 33% 증가 등 우수한 프로모션 효과 달성



SILVER AWARD [KOREA]

CLIO
AWARDS

Hyundai Motor Group 'The Quiet Taxi'



COMPETITION

Design › Product Design

CONCEPT & INSIGHT

- 청각장애인 택시 운전사가 첨단 기술을 통해 장애를 극복하는 과정을 담은 영상으로, 현대차 그룹의 차에 대한 미래 신기술을 담은 브랜딩 캠페인
- 택시 내부에 차량 내·외부의 모든 소리 정보를 시각화 또는 촉각화하여 운전자에 달할 수 있는 차량 주행 지원 시스템 기술 적용
- 신기술을 접목한 자동차의 혁신성과 청각장애인을 지원하는 따뜻한 감성이 돋보이는 영상으로 유튜브 누적 기록 1,560만 조회수 달성하는 등 큰 호응 유도



SILVER AWARD

CLIO
AWARDS

Louvre Abu Dhabi 'Highway Gallery'

• 제작사 | TBWA/RAAD • 국가 



COMPETITION

Audio > Radio

CONCEPT & INSIGHT

- 아랍권 최초의 유니버설 박물관 Louvre Abu Dhabi가 긴 시간 동안 고속도로를 이용해야 하는 방문객을 위해 거대한 예술 작품 빌보드를 배치하여 조성한 고속도로 갤러리
- 약 100km의 도로 상에서 운영하며 10여 개의 작품을 전시. 특정 라디오 주파수를 선택하고 빌보드에 다가가면 작품에 대해 설명해주는 오디오 가이드를 지원함
- 방문자들에게 새로운 여행 경험을 제공함은 물론, 소셜 언급 1,180% 상승, 방문객 165% 증가 등 높은 홍보 효과 달성

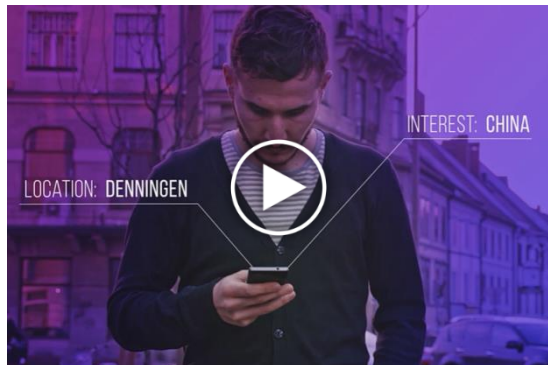


SILVER AWARD

CLIO
AWARDS

German Rail 'No need to fly'

•제작사 | Ogilvy •국가



COMPETITION

Branded Content > Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 프로그래메틱 소셜 캠페인으로 페이스북 데이터로 특정 타겟이 선호하는 세계적 유명 관광지를 선별하고, 해당 관광지와 유사한 환경을 갖추고 있으나 훨씬 저렴한 독일 내 여행지를 추천함. 특히 위치 정보를 활용하여 타겟 별로 가까운 공항 및 실시간 입·출국 티켓 정보를 반영한 가격 비교 등 맞춤형 광고 제공
- 기존 캠페인 대비 클릭률 850% 개선, 수익률 24% 제고 등 높은 광고 효율 달성



SILVER AWARD

CLIO
AWARDS

Brahma beer/AB InBev 'Pay Per Beer'

•제작사 | Africa •국가



COMPETITION

Branded Content > Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 브라질의 유료 채널과 제휴하여 축구 경기 라이브 스트리밍 상품 구입 화면에서 옵션으로 맥주를 추가 구입할 수 있는 '시즌 구독 상품'
- 일반 맥주가 아닌 응원 팀의 컬러 또는 엠블럼 디자인을 반영한 커스터마이징 맥주캔 제품으로 제공되며 가장 가까운 AB InBev 유통 채널을 통해 1시간 이내에 배달됨
- 'Pay Per Beer' 상품 출시 2개월 만에 274,000명의 신규 구독자 확보 등 큰 호응

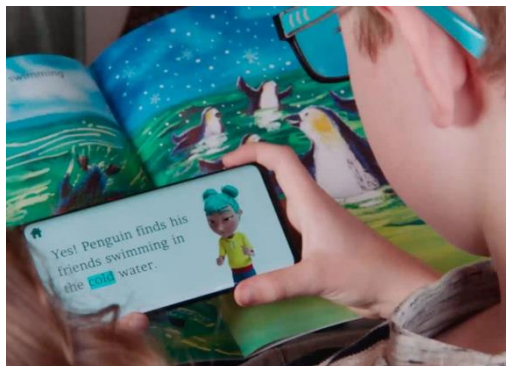
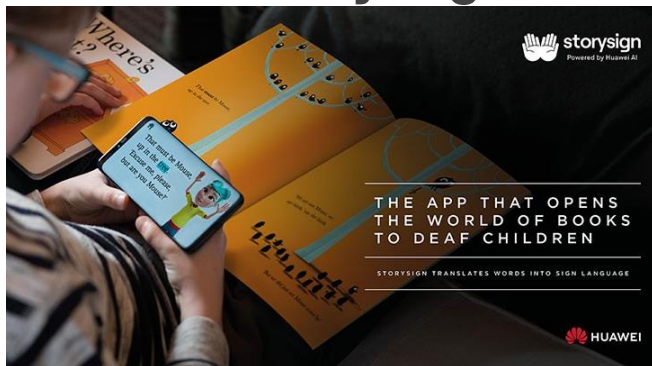


SILVER AWARD

CLIO
AWARDS

Huawei 'Story Sign'

• 제작사 | FCB Inferno • 국가



COMPETITION

Branded Entertainment > Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 청각 장애인 어린이를 위하여 개발된 동화책 수화 번역 앱. 이미지 인식 및 OCR(광학 문자 인식) 등 AI 기술을 적극 활용함
- 책을 스캔하면 캐릭터가 등장하여 텍스트를 수화로 번역해주는 방식으로 국가마다 수화가 다른 점을 고려해 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아 등 약 10여 개의 수화 지원
- 청각 장애를 가진 어린이에게 책을 읽는 즐거운 경험을 제공함은 물론, 평등한 교육 기회의 가능성 확대에 기여



BRONZE AWARD [KOREA]

CLIO
AWARDS

eMart 'Wine is Normal'

• 제작사 | TBWA Korea • 국가



COMPETITION

Film > 61 Seconds to Five Minutes

CONCEPT & INSIGHT

- '와인은 비싸다'라는 고정관념을 깨고 일반 소비자들이 부담 없이 마실 수 있는 주류라는 메시지 전달과 이마트의 '와인 장터' 홍보를 위한 웹 다큐 캠페인
- '와인' 하면 떠오르는 고급스러움 대신 농촌 시골의 할머니, 할아버지들이 새참과 함께 와인을 마시거나 소를 타고 가면서 와인을 디캔팅하고, 처마 밑에 와인을 걸어놓는 모습 등 신선한 장면으로 친근함 강조하며 큰 호응



BRONZE AWARD [KOREA]

CLIO
AWARDS

Hope Bridge 'Student Out of Home'

• 제작사 | Korea Advertising Academy • 국가 | 🇰🇷



COMPETITION

Student Out of Home) Other

CONCEPT & INSIGHT

- 재난 피해를 구호하기 위한 NGO 단체 <희망 브릿지>의 기부 태그(Tag) 관련 캠페인으로 재난 이미지를 활용하여 NFC 카드 기부를 할 수 있는 옥외 광고판 제작
- 화재가 난 집 창문, 산불 진화를 위해 끊어진 다리를 건너는 소방차, 대기 공해로 기침하는 아이, 물에 빠진 사람들 등 재해 순간을 담은 이미지 위에 '사람들을 구해주세요', '저를 살려주세요'와 같은 직접적인 메시지로 도움의 손길의 간절함과 필요성을 전달하고 사진 광고물에 카드 태깅 기술을 접목시켜 자연스럽게 기부 참여를 독려

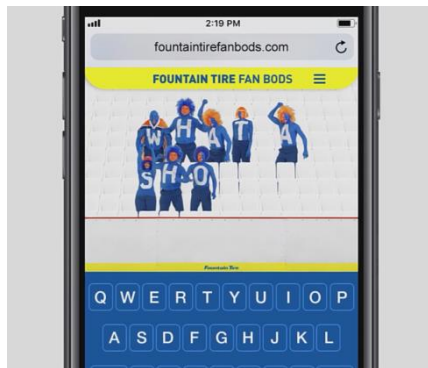


BRONZE AWARD

CLIO
AWARDS

Fountain Tire 'Fan Bods'

• 제작사 | FCB Canada • 국가 



COMPETITION

Design › Digital/Mobile

CONCEPT & INSIGHT

- 에드먼턴에 본사를 둔 Fountain Tire는 홈타운 아이스하키팀인 'Oilers'를 응원하기 위해 FanBods 캠페인 실시
- FanBods를 통하여 팬들이 바디페인팅으로 완성한 알파벳 문자로 응원 메시지를 작성하고 이를 SNS에 공유할 수 있도록 했으며, Fountain Tire 쿠폰도 제공함
- 점차 영향력이 확장되어 전세계 65개국, NHL 24개 팀의 팬들이 FanBods 응원 이벤트에 참여하는 등 큰 호응을 얻었으며, SOV 지표 또한 전년 대비 142% 상승

2019' 글로벌 광고제 수상작 보기

NEWYORKFESTIVALS

CANNES LIONS

CLIO AWARDS





감사합니다

자료관련문의 | 트렌드기획팀 mezzo_report@cj.net
