

[대상] 청정원 세광고 통해 건강함과 정직한 이미지 전달



대상 청정원이 새 광고를 선보였다. 이번 광고에서 모델 이승기는 푸드테라피스트로 변신, '승기의 푸드테라피' 코너를 진행하면서 각 편마다 청취자가 겪은 다양한 사연을 전달하고 그 해결 방법으로

청정원으로 만든 요리를 제안한다. 청정원의 새광고는 부부편, 연인편, 모녀편 등 총 3편으로 구성, 푸드테라피 DJ 이승기는 달콤한 연기와 센스 있는 애드립으로 소비자에게 청정원의 건강한 이미지를 어필하고 있다. 대상 관계자는 "이번 광고를 통해 2011년 청정원이 추구하는 건강과 정직 컨셉을 효과적으로 전달하고 더욱 친근하게 소비자에게 다가갈 계획"이라고 전했다.

[SK텔레콤] 초소형 무선기지국 펌토셀 새광고



SK텔레콤이 트립타 원빈과 신민아를 모델로 기용, 초소형 무선기지국 펌토셀을 소재로 한 새광고를 선보이고 있다.

이번 광고에서 원빈은 예쁜 여성 트레이너가 코치할 때는 장난스럽게 느릿느릿 웃음 일으키기를 하다가 근육질의 남성 트레이너가

다리를 잡아주자 2배의 속도로 몸을 일으키는 코믹한 상황을 연출, 무선인터넷을 2배 빠르게 즐길 수 있게 해주는 펌토셀의 효과를 표현했다. 한편 신민아는 주인 말을 듣지 않는 강아지에게 어여쁜 암컷 강아지를 보여주자 2배의 속도로 주인 말을 듣는 상황을 연출, 2배 빠른 무선인터넷 펌토셀을 표현했다. SK텔레콤 관계자는 "영화 배우 원빈과 신민아를 통해 스마트 시대를 새롭게 선도해 나가는 SK텔레콤의 이미지를 효과적으로 부각시키는 데에 역점을 두었다"고 밝혔다.

[LG전자] LG 인피니아 스마트TV 새광고



LG전자가 'LG 인피니아 스마트 TV'의 프리미엄 이미지를 효과적으로 전달하기 위해 택한 광고모델 원빈. 원빈은 이번 광고에서 지난해 관객수 600만 명을 돌파한 최고 흥행작 '아저씨'에서 보여준 강렬한 이미지와 액션 연기를 그대로 보여주고 있다. 이번 광고에서는 스마트TV에 최적화된 '매직모션 리모컨'을 전면에 부각, 쉽고 편리한 사용자 편의성을 상징적으로 표현하는데 초점을 맞췄다. 원빈은 '매직모션 리모컨'을 사용해 영화와 인터넷, 애플리케이션 등 다양한 콘텐츠를 자유롭게 즐기는 모습을 빠르고 역동적인 액션연기로 표현했다.

[삼성전자] 현빈 모델로 8편의 스마트TV 광고 선보여



SEBS 드라마 '시크릿가든'의 신드롬이 꺼지지 않은 가운데 현빈과 김성오를 모델로 드라마의 한 장면을

옮겨놓은 듯한 삼성전자 스마트TV의 새광고가 시청자에게 즐거움을 주고 있다. 총 8편의 시리즈로 제작된 삼성 스마트TV 광고는 드라마 속 상황을 그대로 옮겨와 현빈과 김성오가 티격태격하는 상황을 통해 미래형 TV로 꼽히는 삼성전자 스마트TV의 기능을 코믹하게



전달하고 있다. 삼성전자 관계자는 "현빈의 귀족적 마스크와 삼성 스마트TV의 세련된 이미지가 잘 매치돼

이번 광고 최적의 모델로 선택됐다"고 전했다.

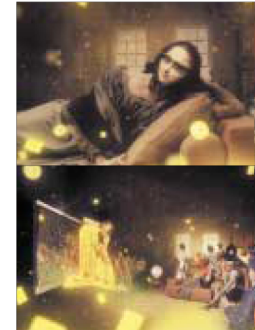
[현대자동차] 메가톤급 기업PR광고 '메가오르골'



현대자동차가 최근 선보인 기업PR광고 '메가오르골' 편이 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다. 화려한 영상과 창의적인 음향으로 주목 받고 있는 이 광고는 전로 스탠트 드라이버가 탑승한 427대의 쓰니타가 주행을 통해 새로운 브랜드 슬로건 'New Thinking, New Possibilities'를 표현하며 뛰어난 영상미를 연출하고 있다. 차체 윗부분에 돌출물을 설치한 쓰니타가 'HYUNDA' 모양의 대형을 유지한 채 87m 길이의 초대형 터널 기설물을 통과하며 만들어진 사운드 광고의 배경음으로 사용하는 획기적인 방식으로 시청자와 네티즌들의 큰 관심을 얻고 있는 것. 특히 광고 전반에 나타난 혁신성과 참신함은 새로운 브랜드 슬로건인 'New Thinking, New Possibilities' (새로운 생각이 새로운 가치를 창조한다)를 잘 표현하고 있다. 현대차 관계자는 "새광고 '메가오르골' 편은 전세계 25개국에서 방영되고 있으며, 이번 광고에 이어 새로운 상상력을 통해 브랜드 슬로건을 창조적으로 재해석한 후속편을 선보일 예정"이라고 전했다.

[LG] 4개 계열사 협업 제품인 LG 시네마 3D TV 새광고

LG가 영화시리즈를 잇는 새로운 광고를 선보여 눈길을 끌고 있다. LG는 LG전자, LG디스플레이, LG화학, LG이노텍 등 4개 계열사 협업 제품인 PFR(필름패턴 편광안경) 방식의 3D TV 'LG 시네마 3D TV'를 소개하는 새 브랜드 광고를 선보였다. 광고는 보티첼리



'비너스의 탄생'의 비너스, 반 고흐 '자화상'의 고흐, 미켈란젤로 '모나리자'의 모나리자 등 명화 주인공들이 액자 밖으로 걸어 나와 LG의 시네마 3D TV를 통해 구스타프 클림트의 대표작 '키스'를 감상한다는 스토리다. 평면이 아닌 입체 공간감을 주기 위해 컴퓨터 그래픽(CG)과 실제 촬영을 합성하는 새로운 광고 기법을 적용했다. LG 관계자는 "이번 광고에서는 눈이 편안한 3D 기술력과, 이를 통해 사람을 배려하는 마음이 LG의 진정한 '고객 사랑'임을 표현했다"고 설명했다.

[하이트맥주] 맥스 시네마테크 후원 광고



하이트맥주가 한국영화계의 내로라하는 대스타들과 함께 제작한 맥스 시네마테크 후원 광고가 김민희, 김하늘이 출연한 '맥주의 명당' 편을 마지막으로 8편 시리즈 광고의 막을 내린다. 이번 맥스 시네마테크 후원 광고에 출연한 스타들은 박찬욱, 봉준호, 류승완, 최동훈, 김지운, 이재용 등 영화감독 6명과 김혜수,

원빈, 류승범, 박시연, 이민기, 하정우, 공효진, 고현정, 소지섭, 송승헌, 주진모, 김강우, 김민희, 김하늘 등 정상급 배우 14명 등 총 20명, 100% 보리맥주 맥스의 이번 광고 캠페인에 최고의 스타들이 대거 출연한 것은 한국 영화인들의 숙원사업인 시네마테크 전용관 건립을 위한 후원광고였기 때문. 시네마테크 전용관은 비영리를 목적으로 영화문화 발전을 위해 고전영화와 독립영화 등을 상영하는 전용극장을 말한다. 최근 한국영화가 해외 우수 영화제에서 두각을 보이며 수상하는 쾌거를 거두고 있지만, 아직 변변한 독립, 예술영화 전용관 하나 없는 현실에서 하이트맥주와 영화인들이 뜻을 모아 이번 광고 캠페인을 기획하고 동참하게 됐다는 후문이다. 이런 취지에 소비자들도 공감, 다양한 패러디와 유행어를 남기며 맥주 광고의 새로운 패러다임을 제시했다는 호평을 아끼지 않았다.