

(기아자동차) 스포티지 광고, 해외 광고제 연속 수상



이노션 호주법인(WAu)이 제작한 기아자동차 스포티지 광고 'Grow up, Not old' 편이 연이은 국제 광고제 수상으로 글로벌 위상을 높였다. 이 광고는 지난 2월 25일, 호주 시드니 캐리지 워크스에서 열린 '더 어워드(2011 The AWARD)'에서 Craft in Film(Best use and/or arrangement of existing music)부문 은상을 수상했다. 올해로 32회를 맞은 '더 어워드'는 호주 카피라이터와 아트디렉터 협회가 주관하는 광고대회다. 'Grow up, Not old' 편은 이어 3월 17일에 개최한 아시아 최대의 광고제 '애드페스트(ADFEST 2011)'에서도 Film Craft Lotus(Best use of Music Track) 부문 은상을 수상했다. '애드페스트'는 아시아광고연맹(AFAA) 후원으로 운영되는 아시아 최대의 광고제로 광고, 신문, 디자인, 라디오, 프로모션 등 총15개 부문에 대해 아시아 지역에서 선발된 49명의 분야별 전문위원들의 심사를 거쳐 분야별 금, 은, 동상을 선정한다.

(현대자동차) 제네시스 프라다' 뜨거운 반응



현대 자동차가 지난 5월 17일 출시한 제네시스 프라다에 대한 인기가 뜨겁다. 제네시스 프라다는 세계

적 명품브랜드 프라다와 함께 개발한 프리미엄 세단으로 희소기치를 위해 1200대 한정판으로 선보였다. 현대차 관계자는 "주문생산 방식을 통해 국내에 1200대만 한정생산 판매된다는 점을 감안하면 영업 나흘만에 100대를 돌파한 것은 매우 높은 수준의 계약 진행"이라고 전했다. 최근 자동차와 패션, 휴대폰과 패션 등 유명 브랜드들의 공동제작이 활발한데, 이는 두 브랜드의 고객층을 연결, 시너지 효과를 불러일으키기 위한 것으로 일명 '콜라보레이션'이라고 불린다. 현대자동차는 '제네시스 프라다'의 프리미엄과 희소성을

극대화하기 위해 로고와 차량고유번호가 새겨진 '시리얼 넘버 플레이트'를 부착하고, 전용 트레일러에 한대씩 실어 배달하는 등 소수 고객만을 위한 프리미엄 VIP 마케팅을 실시한다고 전했다.

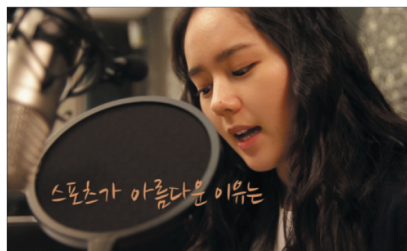
(금호타이어) 함부르크와 스폰서십 체결



금호타이어는 5월 12일 박지성이 소속돼 있는 맨체스터 유나이티드 축구팀 후원에 이어 손흥민이 소속

돼 있는 독일 함부르크 SV와 두 시즌동안 스폰서십을 체결했다고 전했다. 금호타이어는 벤츠, BMW 등의 프리미엄 자동차의 본고장이자 유럽 국가 중 축구 선호도가 높은 독일을 중심으로 금호타이어의 프리미엄 이미지를 현지 소비자들에게 심어주기 위해 후원을 체결했다고 밝혔다. 이로써 금호타이어는 경기장에 디지털광고보드, 홈페이지 등에 로고 노출, 금호타이어 스폰서 데이 등의 주요 권리를 갖게 된다고 설명했다. 금호타이어 관계자는 "이번 파트너십은 최근 기본에 충실함으로써 흑자경영을 이룬 분데스리가처럼 품질혁신과 고객만족이라는 기본에 집중해 재도약하겠다는 의미를 담고 있다"고 전했다. 금호타이어는 2007년부터 맨체스터 유나이티드와 스폰서십을 체결, 글로벌 무대에서 브랜드 이미지 구축과 매출 증대에 성공했다는 평을 받았다.

(삼성전자) 대구세계육상선수권대회 홍보 앞장



삼성전자는 '2011 대구세계육상선수권대회' 공식 후원사로서 대회의 성공적인 개최와 전국민적인 응

원을 유도하기 위해 삼성전자 광고모델로 활동하는 국내 정상급 스타들을 모아 'How To Play SMART' 캠페인을 런칭하고 '삼성 스마트 서포터즈' 프로그램을 선보인다. 이 프로그램에서 국내 톱스타들이 이번 대회와 국가대표 육상선수들을 소개하고 응원하는 영상을 통해 전국민이 참여하도록 유도한다. 삼성 하우젠 버블샷 모델인 한가인은 국내 육상선수들을 응원하는 나레이터로 변신, 선수들에게 응원 메시지를 전달하였고, 삼성카메라 모델인 한효주는 창던지기 국가대표인 박재명 선수의 뒤를 쫓는 파파라치의 모