



2014년도 제1차 편집위원회 개최

지난 2월 11일 롯데호텔에서 제1차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 박현수 단국대 교수, 박형재 한국코카콜라 상무, 배의찬 삼성 차장, 임희석 대림산업 팀장, 최호진 동아제약 이사 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

2014년 제2차 운영위원회

오는 4월 15일(화) 오전 7시 30분 롯데호텔에서 '2014년 제2차 운영위원회'를 개최한다. 이번 운영위원회에서는 반론보도 닷컴 운영 현황 및 주요 광고 현안에 대해 논의할 예정이다.

NAVER 초청 회원간담회

NAVER 초청 회원간담회가 오는 4월 24일(목) 오전 7시 30분, FKI TOWER 컨퍼런스센터 1층에서 열린다. 이 날 간담회에는 김상헌 대표를 비롯한 NAVER 간부진과 회원사 임직원 100여 명이 참석하여 기업과 포털 간의 이해 증진의 장이 될 전망이다.

[삼성화재] '고객 가까이' 캠페인 멀티 광고



삼성화재가 고객 곁에 늘 함께하는 조력자로서의 이미지를 전달하는 '당신 가까이' 캠페인(Multi) 광고를 새롭게 선보인다. 고객이 어렵고 힘들 때일 수록, 진정성과 기본기의 탄탄함이 빛날 수 있도록 본질로 돌아가자는 메시지다. 이번 광고는 '김영

숙'씨, '땅끝마을', '진미식당' 편 등 멀티-스팟(Multi-Spot) 형식으로 세 편을 동시에 선보이게 되는데, 소비자와의 만남의 상황에 따른 삼성화재의 따뜻하고 친근한 서비스를 제시하는 형식을 취했다.

[SPC그룹] 파리바게뜨 새광고

파리바게뜨가 전지현을 모델로 기용, 새광고를 선보인다. 광고촬영 현장에서는 전지현의 통통 튀는 매력으로 시종일관 화



기애애한 분위기가 연출됐으며, 파리바게뜨 '건강 식빵 레시피'에도 많은 관심을 보이며 적극적으로 촬영에 임했다는 후

문이다. 파리바게뜨 관계자는 "건강한 이미지를 가진 전지현을 통해 자연을 담은 건강한 먹거리를 추구하는 파리바게뜨의 브랜드 가치를 표현했다"고 전했다.

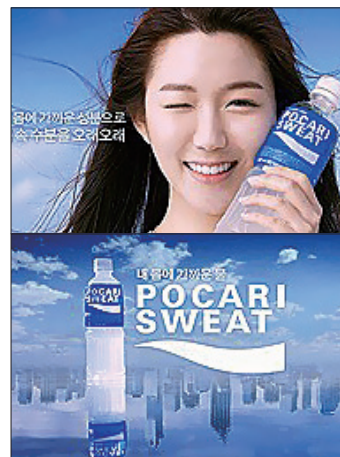
[동서식품] '포스트 그레놀라' 새광고



동서식품이 성유리와 정겨운을 모델로 기용, '포스트 그레놀라'의 새광고를 선보인다. 이번 광고는 '사랑의 허기를 채우는 아침'을 콘셉트로 맛과 영양이 가득한 포스트 그레놀라로 건강을 아침을 맞이하는 사랑스런 커플의 모습을 담고 있다. 동서식품

관계자는 "포스트 그레놀라는 바삭하게 구운 통곡물에 견과류, 건과일이 들어있어 아침식사를 챙기기 어려운 신혼부부, 직장인, 학생들의 건강식으로 안성맞춤인 제품"이라고 전했다.

[동아오츠카] '포카리스웨트' 새광고



동아오츠카가 장수브랜드 포카리스웨트의 신규광고를 선보인다. 이번 광고는 '생활 속 내 몸에 가까운 물'을 컨셉으로, 현대인의 건조함을 상기시키며 힐링 메시지를 담아 방영한다. 올해 포카리걸로 발탁된 신인배우 이다인은 끝없이 펼쳐진 빌딩숲 한 가운데서 포카리스웨트만의 깨끗하고 푸른 이미지

를 도시에 반영하는 세련된 영상미를 표현해냈다.

[웅진식품] '자연은' 새광고



웅진식품이 최근 드라마를 통해 인기를 한 몸에 받고 있는 배우 김희애를 모델로 '자연은' 새광고를 선보인다. 이번 광고는 주스의 원료가 되는 과일과 야채가 가장 맛있게 숙성되기까지의 기간을 말하는 '생육일수'를 강조해 토종 과채주스 '자연은'의 특징점을 담고 있다.

[서울우유협동조합] '요거트 러브' 새광고



서울우유협동조합이 프리미엄 디저트 발효유 '행복을 가득 담은 요거트 러브'의 모델로 추성훈, 추사랑 부녀를 선정,

신규 광고를 선보인다. 이번 광고에서는 요구르트 먹방 스타답게 입 주변에 요거트를 잔뜩 묻혀가면서 먹는 추사랑의 애교 넘치는 모습을 담고 있다. 요거트 러브는 제품의 상단에는 흰색 발효유, 하단에는 딸기, 애플캐롯, 오렌지자몽, 사과, 블루베리 등 과일잼을 담아 취향에 따라 따로 먹거나 블렌딩해서 먹을 수 있도록 만들었다.

[한국코카콜라] '글라스 비타민워터' 새광고



음료 브랜드 글라스 비타민워터가 국내 론칭 5주년을 맞아 힙합 뮤지션 버벌진트를 모델로 새광고를 선보인다. 버벌진트는

글라스 비타민워터 브랜드송을 작사, 작곡했으며, 광고에서 춤과 랩을 보여준다. 코카콜라사 관계자는 "버벌진트와 협업을 통해 예술적 영감뿐만 아니라 획일화된 삶에서 벗어나 자신만의 색깔로 창조적인 역량을 발휘하고픈 소비자들에게 영향을 주는 음료로 성장해 나갈 계획"이라고 전했다.

[코웨이] '매트리스 케어렌탈' 새광고



생활환경기업 코웨이가 '매트리스 케어렌탈' 신규 광고를 선보인다. 이번 광고는 소비자들이 매트리스 위생에 대한 관심

이 높아졌다는 점에 착안해 '위생까지 책임져야 진짜 침대다'라는 메시지를 콘셉트로, 코웨이의 7단계 매트리스 케어 서비스와 국내에서 유일한 탐퍼 교체 서비스를 제안하고 있다. 코웨이 매트리스 케어렌탈은 고가의 침대 매트리스를 합리적인 가격으로 렌탈, 관리해주는 새로운 비즈니스 모델로, 고객의 가격부담을 줄이고 청결한 잠자리를 지속적으로 관리해주는 코웨이의 대표적인 홈케어 서비스다.

[소니코리아] 미러리스 카메라 'A5000' 새광고



소니코리아가 배우 송혜교를 모델로 여성 맞춤형 미러리스 카메라 'A5000'의 새광고를 선보인다. A5000은 셀카카메라 촬영이 가능한 180도 회전 플립 LCD와 한 손으로 조작이 가능한 줌 레버, 화사하고 잡티 없는 피부로 자동 보정해

주는 소프트 스킨 기능, 사진 구도를 카메라가 자동으로 제공하는 자동 프레임링 기능 등 셀카와 인물 촬영에 특화된 다양한 인터페이스가 특징이다. 여기에 터치 한 번으로 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일기기에 사진과 영상을 공유할 수 있는 근거리무선통신(NFC) 기능을 더했다.



KAA 광장

[동서식품] '맥심 카누(KANU)' 새광고



동서식품이 인스턴트 원두커피 '맥심 카누(KANU)'의 신규 광고 '뮤직 카페'편을 선보인다. 이번 광고에서는 4년째 카누 모델로 활약하고 있는 바리스타 공유와 그 옆에서 분주하게 LP판을 나르는 카누 DJ 유희열이 등장, '아메리카노에 음악을 더해 더 향기로운 카누가 되었다'는 점을 강조하고 있다.

[오비맥주] '카스 후레쉬' 새광고



오비맥주가 '카스 후레쉬' 신규 광고 '슬라이딩 편'을 선보인다. '카스로 세상을 뒤흔든다'는 콘셉트로 제작된 이번 광고에

서 드라마 기항후의 황제로 열연 중인 지창욱은 카스를 마실 때 느껴지는 시원한 목넘김을 생생하게 보여주고 있다.

[SK텔레콤] 'T전화' 서비스 새광고



SK텔레콤이 함께 만드는 신개념 전화 플랫폼 'T전화' 서비스 상용화와 더불어, 일상생활에서 사용하는 모습을 통해 혜택을 보여주는 'T전화-생활'편 새광고를 선보인다. 이번 광고에서는 모

델인 전지현이 스팸 전화를 확인하고 필터링해주는 '안심통화', 100만개의 전화번호를 검색할 수 있는 'T114', 자주 사용하는 번호를 자동 추천해 주는 '홈화면'의 주요 기능을 자연스럽게 설명하며, 그간의 불편함을 어떻게 해소하는지 보여주고 있다.

[동아제약] '박카스' 새광고



동아제약이 올해 광고 주제를 '삶이 그대를 피로하게 할지라도'로 정하고, 첫 번째로 '대한민국에서 알바생으로 산다는 것'편을 선보인다. 이번 광고는 2012년부터 '풀려라 5000만! 풀려라 피로!'를 메인 카피로 선보인 '대한민국에서 000로 산다는 것' 시리즈의 후속편으로, 피로에 지친 사람들에게 힘을 실어 주는데 중점을 뒀다. 1962년 '젊음과 활력!'이라는 주제로 첫 선을 보인 박카스 광고는 1993년에는 보통 사람들을 모델로 하는 휴먼 광고를, IMF 한파가 몰아친 1998년부터는 침체된 사회분위기를 젊은이들이 먼저 나서 활력을 불어 넣자는 공익적 메시지로, 2006년 이후에는 제품의 본질인 피로회복의 상황을 다양한 접근방식을 통해 소비자들에게 알려졌다. 동아제약 최호진 이사는 "박카스 광고를 통해 일상에서 모든 세대가 공감하는 이야기를 소재로 지친 현대인들에게 따뜻한 위로와 힘을 주고 싶다"고 전했다.

[SK브로드밴드] 스마트홈 디바이스 'B box' 새광고

SK브로드밴드가 SK텔레콤과 협업을 통해 주거, 여가, 보안 등 생활 전반에 혁신 서비스를 제공하는 스마트홈 디바이스 'B box'를 출시했다. B box는 IPTV와 VOD(주문형 비디오)는 물론, 기존 디바이스들과 연결해 '스마트홈' 기능을 구현하는 '홈허브(hub) 기기'이다. SK브로드밴드는 이번 광고의 컨셉을 '새로운 생활을 이어준다'로 정하고, B box의 다양한 기능 중 영



상통화, 홈모니터링, 패밀리보드를 중심으로 한 생활 속 에피소드를 보여준다.

[AXA] '보험의 방향이 되다' 캠페인



198년의 역사를 가진 글로벌 보험브랜드 AXA가 '보험의 방향이 되다'라는 캠페인 슬로건 아래 2014년 브랜드 광고 캠페인을 선보인다. 한국에서 AXA는 다이렉트자동차보험 이미지가 강했다. 이에 AXA는 이번 광고를 통해 전세계 61개국에서 1억 2백만여 명의 고객을 보유해 그 전문성을 인정받고 있다는 실체를 전달하고 있다. AXA는 2009년부터 2013년까지 5년 연속 세계적 권위의 브랜드조사 기관인 인터브랜드로부터 보험브랜드 1위에 선정됐다. 이번 광고의 핵심은 1억 명의 고객, 198년의 역사, 세계1위 보험브랜드라는 AXA의 실체들을 당당히 내세우며, 보험전문가로서 앞으로의 보험이 해야 할 일을 당당히 해나가겠다는 진정성 있는 메시지를 전하고 있다.

[제일기획] 온라인 미디어 솔루션 '미디어 큐브'

제일기획은 맞춤형 디지털 매체 구매 시스템(DSP:Demand Side Platform)을 기반으로 만든 온라인 미디어 솔루션 '미디어큐브'를 공식 론칭했다. '미디어큐브'는 포털, SNS, 모

바일, 동영상 등 다양한 매체 중 필요한 매체를 실시간 경매(RTB:Real Time Bidding) 방식으로 통합 구매함으로써 정확한 타겟에게 최적의 비용으로 광고 메시지를 전달 할 수 있다는 것이 제일기획 측의 설명이다.

한편 인쇄사보 'Cheil(제일)'을 스마트폰 앱으로 발간한다고도 전했다. 1975년 첫 발간을 시작한 이래, 39년간 총 458호를 펴낸 'Cheil(제일)'은 광고, 마케팅과 관련된 최신 트렌드 및 디지털과 미디어 기술 관련 정보를 제공하고 있다.

[TBWA KOREA] 대학생 스피치 프로젝트 '망치' 성황



2003년에 시작한 대학생 사회공헌 교육프로그램 '주니어보드'를 통해 젊은 재능을 찾아내고 키우는 활동에 10년째 투자

하고 있는 TBWA코리아가 지난 2월 19일 대학생 스피치 프로젝트 '망치'를 선보였다. 14명의 대학생들이 세상에 던지고 싶은 이야기를 7분씩 선보이는 스피치 프로젝트 '망치'는 박웅현 ECD(Executive Creative Director)와 현업 크리에이터 7명이 6개월간 멘토로 투입돼 대학생들의 잠재된 재능을 이끌어 냈다. 박웅현 ECD는 "망치는 아무도 주목하지 않은 젊은 재능을 찾자는 의도로 출발했으며, 청중들은 창의적인 생각에서 영감을, 발표자들은 자기 내부에 잠재력을 발견하는 기회가 되었다"고 말하며 "자신의 재능을 함께 찾고 발전시키는 작업이야말로 우리 광고인들만의 재능기부이며, 대한민국 스티브잡스 탄생의 초석이라고 믿는다"고 말했다.

망치 프로젝트는 매년 2월, 8월 전국의 대학교를 순회하며 진행할 예정이며, 전체 발표 동영상은 TBWA코리아 공식 유튜브 계정(<http://www.youtube.com/tbwamangchi>)을 통해 공개된다.

[이노션] 2014 슈퍼볼 광고 선호도조사 자동차부문 1위



이노션 월드와이드 미국 법인이 제작한 현대자동차 슈퍼볼 광고가 '2014 USA 투데이 슈퍼볼 광고 조사'에서 전체 6위, 자



KAA 광장

동차 브랜드로는 최고 순위를 차지했다. 이로써 이노션은 지난 5년 연속 세계 최대 광고대전이라 불리는 슈퍼볼에서 현대자동차의 광고를 선보이며 국내 기업 및 광고회사 최초로 3년 연속 TOP10 진입이라는 쾌거를 달성하며 전 세계 1억 명 이상 시청자의 주목을 끄는 데 성공하였다.

이노션은 지난 2월에 열린 슈퍼볼에서 전체 57편의 슈퍼볼 광고 가운데 현대자동차 신형 제네시스 '아빠의 육감(Dad's Sixth Sense)'편이 6위를 차지해 우수한 평가를 받았다고 전했다. '아빠의 육감(Dad's Sixth Sense)'편은 위험한 상황에서 아들을 보호해 주는 든든한 아빠의 역할을 제네시스가 대신한다는 내용을 담담하고 따뜻하게 그려 첨단 기술력이 돋보인다는 평가를 받았다.

[오리콤] 'IMC Idea 집단' 선언 후 승승장구



오리콤은 올해 1분기 동안 KB금융지주를 포함, 세정, 넥센타이어, 교원 웰스, 아워홈, 스포츠 토 등 6개 광고주를 신규 영입했다고 밝혔다. 금액으로는 300억 원대 광고 물량이다.

이는 2년 전 각 팀을 전문성과 독립성을 부여한 12개의 회사로 발족했던 '오리콤 대표제' 이후, 최근 발표한 'IMC Idea 집단'이 만들어낸 성과라고 오리콤 측은 설명했다. 지난 3월 7일 오리콤은 기존 조직을 과감하게 개혁, 클라이언트에게 통합적 솔루션을 제공하는 회사임을 알리는 비전 'IMC Idea 집단'을 공식 선언했다. ATL과 BTL 본부를 아우르는 통합형 IMC 총괄본부를 신설, 전조직을 IMC 조직화시키는 강력한 조직개편을 단행한 것이다. '오리콤 대표제'가 조직 틀의 변화라면, 'IMC Idea 집단' 비전 선언은 콘텐츠의 변화, 체질의 변화라고 할 수 있다.

고영섭 오리콤 사장은 "경쟁PT에서 연이은 좋은 성과, 비전 확립, 소비자가 뽑은 좋은 광고상 대상 수상, 그리고 IMC 아이디어에 대한 광고주의 긍정적인 기대 등 2014년의 청신호가 지속되고 있다"며 "광고주 기대에 부합하는 통합 마케팅 솔루션을 제공한다면 오리콤 여세가 지속될 것으로 확신한다"고 말했다.

[한컴] IF Design Award, Gold Winner 수상



한컴이 세계 3대 디자인 상 중 하나인 IF Design Award에서 'sTREEt' 캠페인으로 2개 부문에서 Gold Winner와 Winner

를 동시에 수상했다고 밝혔다. 시상식은 지난 2월 28일 독일 뮌헨에서 열렸으며, 한컴은 크로스미디어 광고/캠페인 부문에서 최고상인 Gold Winner를 받았다. 주로 제품이나 브랜드에 수여되는 IF Design Award에서 광고회사가 광고/캠페인 부문에서 수상한 것은 국내 광고회사 중 최초이다. 수상작 'sTREEt'는 한컴이 지난해 강남구청, 사회적기업 트리플래닛과 함께 '나무가 만드는 더 나은 길(Trees make better streets)'이란 슬로건 아래 신사동 가로수길에서 온, 오프라인을 연계해 진행한 공공캠페인이다.

[FCB] Drafftcb, FCB로 사명 변경



글로벌 광고대행사 Drafftcb가 FCB(Foote, Cone & Belding)로 사명을 변경한다. 2007년 DRAFT사와의 합병으로

FCB에서 DRAFTFCB로 사명을 바꾼 뒤 7년만의 변화다. 이에 따라 한국의 'DRAFTFCB Korea'도 'FCB 서울'로 바뀐다. 한국 진출 20여 년이 된 FCB 서울은 니베아, 마이피플, 만도푸루즈, 미국코튼마크, 바슈롬코리아, 썬키스트, 오레오, 유세린 등의 마케팅 커뮤니케이션 대행 업무를 맡고 있다.

[한국경제신문] 김기웅 현 대표이사 사장 재선임



한국경제신문은 지난 2월 21일 정기 주주총회를 열고 김기웅(金基雄) 현 대표이사 사장을 재선임했다. 김 사장은 한국경제신문 편집국장, 이사 및 한국경제TV 대표이사 등을 거쳤으며 지난 2011년 3월부터 한국경제신문 사장으로 일해 왔다.