



2018년 제3차 편집위원회

지난 6월 5일 서울 플라자호텔에서 제3차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 김주호 교수(명지대), 임희석 상무(대림산업) 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

한국경제 초청 경제홍보위원회 개최



6월 27일 프라자호텔에서 제2차 경제홍보위원회가 열렸다. 이날 위원회에서는 한국경제 하영춘 편집국장과 편집국 간부

진을 초청해 '한국경제신문의 편집 방향과 디지털 전략'에 대한 주제발표와 간담의 시간을 가졌다. 공영은 경제홍보위원장(현대차 부사장)은 인사말을 통해 "회원들의 의견을 들어보니 한국경제는 기업의 목소리를 잘 전달해 주는 신문"이라며 "앞으로도 국가 경제 발전과 기업의 경쟁력 강화를 위한 지혜를 많이 보태어 주시길 기대한다"고 전했다.

한국광고주협회 경제홍보위원회는 기업과 경제 관련 주요 이슈에 대하여 경제계 입장을 대변하고 대외론 커뮤니케이션을 통한 소통을 강화하기 위해 분기별로 주요 언론사를 초청해 개최하고 있다.

광고주협-인신협, '건강한 인터넷 환경 조성' MOU



지난 7월 10일 한국광고주협회(회장 이정치)는 한국인터넷신문협회(회장 이근영 프레시안 대표)와 '건강한 인터넷 환

경 조성'을 위한 업무협약을 체결했다. 양 기관은 이번 업무협약을 계기로 미디어 환경의 변화에 부합하는 투명한 권원에 의한 광고 환경 조성을 위해 함께 노력하기로 했다. 또한 언론의 신뢰와 인터넷신문산업의 공정한 시장질서를 저해하는 위법·부당한 행위의 근절방안을 모색하고, 이에 대한 신고 및 상호 핫라인(Hot-Line)을 운영기로 했다.

이정치 협회장은 "매체와 기업이 함께 발전하는 환경 조성에 의미 있는 자리가 되었다"며 "기업 활동이 왕성해야 광고와 미디어

도 함께 성장할 수 있다. 기업하기 좋고, 광고하기 좋은 환경을 만드는데 함께 노력하자"고 말했다.

이근영 협회장은 "이번 협약을 통해 인터넷 환경과 인터넷신문의 특성에 부합하는 '(가칭)디지털ABC'제도 도입을 본격화함으로써 인터넷신문에 영향력과 신뢰 제고에 기여하는 계기가 될 것"이라고 밝혔다.

[대림산업] 청년들 파머스마켓 운영



대림산업과 도농문화콘텐츠연구회가 지난 6월 22일 서울 종로구 대림산업 본사에서 사업협력을 위한 양해각서(MOU)

를 체결하고, 대림이 보유하고 있는 상업시설 등에 도농문화콘텐츠연구회의 청년 파머스마켓인 '청년얼장'을 정기적으로 운영하기로 했다. 청년얼장은 '청년 얼굴 있는 농부시장'의 줄임말로, 정성을 담은 정직한 먹거리로 청년 농부들과 시민들이 소통하는 도심 속 농부시장이다. 대림산업은 7월부터 경기도 용인시 처인구에 위치한 'e편한세상 용인 한숲시티'의 대형 스트리트몰에 청년얼장을 정기적으로 운영해 마을 공동체 축제로 확대해 나가기로 했다. 대림산업은 e편한세상 용인 한숲시티를 시작으로 향후 사업을 진행하는 아파트 상업시설 등에 파머스마켓을 순차적으로 확대할 예정이다.

[일동제약] '비오비타' 새 SNS 광고 인기



일동제약이 유산균영양제 '비오비타'의 새 온라인 광고를 선보인다. 이번 비오비타 온라인 광고는 일 때문에 아이를 친정엄마에게 맡겨야 하는 워킹맘의 일상을 드라마 형식으로 그려냈다.

일동제약 관계자는 “비오비타는 1959년 발매된 대한민국 최초의 유산균영양제로, 발매 이래 60년 가까운 시간 동안 꾸준한 품질 개선, 독창적인 마케팅 활동 등으로 많은 사랑을 받고 있다”며 “최근 미국 식품의약국(FDA) 등록과 함께 제조시설에 대한 FDA 적격 승인을 얻는 등 우수성을 인정받았다”고 설명했다.

[코카-콜라] 여름 맞이 캠페인 눈길



코카-콜라가 박보검과 방탄소년단을 모델로 새로운 캠페인을 선보여 눈길을 끌고 있다. 광고 속 방탄소년단과 박보검은 아이스 버킷에 담겨있던 코카콜라를 꺼내 풀장으로 굴리더니 얼음 가득한 풀장에 뛰어든다. 이어 “우리의 여름이 짜릿하게 깨어난다!”는 내레이션을 통해 코카콜라와 함께 무더위를 잊고 에너지가 넘치는 여름을 보내길 바라는 메시지를 전달한다. 코카-콜라 관계자는 “소비자들이 매일 반복되는 지루한 일상과 무더위를 벗어나 시원한 코카콜라와 함께 활력과 에너지 넘치는 짜릿한 여름을 보내길 바라는 마음을 담아 이번 광고를 기획했다”고 밝혔다.

[SK하이닉스] 새광고 ‘수출’편 인기



SK하이닉스의 광고 ‘수출’편이 유튜브 조회수 2000만 뷰를 넘어서며 큰 인기를 끌고 있다. 전편인 ‘출업식’편은 유튜브 3000만 뷰를 돌파하는 기록을 세우기도 했다. 광고를 제작한 이노션 관계자는 “남녀 반도체의 풋풋한 사랑 이야기에 SK하이닉스의 수출 기여와 글로벌 이미지를 재미있게 녹여낸 것이 주요했다”고 분석했다.

SK하이닉스 홍보담당인 김정기 상무는 “SK하이닉스 반도체는

전세계로 수출돼 보이지 않은 곳에서 세상을 바꾸고 있다는 메시지가 잘 전달되고 있다”며 “앞으로도 SK하이닉스가 더 나은 세상을 만드는 기술 중심의 회사를 알리는 커뮤니케이션에 집중하겠다”고 말했다.

[아모레퍼시픽] 월드컵 영웅 조현우 미장센 새광고



아모레퍼시픽의 토탈 헤어 브랜드 미장센은 남성 헤어왁스 및 스프레이 제품 광고모델로 국가대표 축구선수 조현우(27·대구FC)를 기용했다고 밝혔다. 2018 러시아 월드컵에서의 대활약으로 일약 스타덤에 오른 조현우 선수는 90분간의 경기에서도 흐트러짐이 없는 헤어 스타일로 화제를 모았다. 미장센은 완벽한 헤어 스타일을 연출하는 조현우 선수와 미장센의 남성 헤어 왁스 및 스프레이 제품 특징이 잘 부합한다고 판단해 해당 라인의 모델로 조현우 선수를 발탁했다고 설명했다.

[CJ제일제당] ‘The더건강한 햄’ 새광고



CJ제일제당은 프리미엄 햄 브랜드 ‘The더건강한 햄’의 신제품을 앞세운 브랜드 광고를 선보였다. 이번 광고는 모델 이현이를 기용, ‘The더건강한 햄’이 만드는 일상의 맛있는 변화를 콘셉트로 제작됐다. 광고에서는 어린 자녀가 있는 젊은 부부와 싱글족이 The더건강한 신제품을 활용해 여유 있는 브런치, 친구들과의 점심, 남편과의 오붓한 야식 등 멋지고 간편한 한끼 메뉴를 즐기는 일상 속 다양한 라이프스타일이 생동감 있게 담겼다. 김숙진 CJ제일제당 부장은 “이번 The더건강한 햄 신규 광고에서는 바이스부어스트와 이탈리안통베이컨이 반찬이 아닌 ‘하나의 제대로 된 메뉴’로서 새로운 라이프 트렌드를 주도하는 신개념 제품이라는 점을 강조했다”고 말했다.

[신세계면세점] 한효주 박서준 모델로 새광고 준비

신세계면세점이 배우 한효주와 박서준을 모델로 기용, 새광고를



준비중이라고 밝혔다. 면세점 측은 두 배우가 신세계면세점만의 고급스럽고 세련된 이미지를 잘 대변할 수 있는 한류스타라는 점에서 모델로 기용하게 됐다고 밝혔다.

배우 한효주는 영화 '인랑'의 주인공으로 스크린 복귀를 앞두고 있고, 박서준은 인기리에 방영되고 있는 드라마 '김비서가 왜 그럴까'를 통해 심쿵 로맨스의 주인공으로 시청률을 견인하고 있다. 신세계면세점은 영화 '뷰티 인사이드'의 백종열 감독을 섭외, 감각적인 영상미를 담은 영화같은 CF를 준비하고 있다고 밝혔다.

[일동제약] 유산균 건기식 '지큐랩' 새광고



일동제약은 배우 마동석을 모델로 기용, 유산균 브랜드 '지큐랩'의 새로운 광고를 선보인다. 이번 광고에서 마동석은 바쁜 일상과 회식에 시달리는 직장인, 체중 관리에 관심이 높은 여성들에게 코믹하면서도 든든한 모습으로 나타나 "지켜줄게, 지큐랩!", "장 건강, 지큐랩으로 지켜라"라는 대사를 통해 소비자들 쉽게 공감할 수 있는 장 건강의 중요성과 유산균의 필요성을 알린다.

[빙그레] 아카페라 사이즈업 광고 캠페인



빙그레는 아카페라 사이즈업의 새로운 모델로 아이돌 그룹 SF9의 멤버 로운을 기용, 본격적인 광고 캠페인을 시작한다

고 밝혔다. 드라마 '어바웃 타임'과 예능 프로그램 '선다방' 등으로 주목받고 있는 로운은 '요즘 것들의 커피, 편하게 즐기는 아카페라 사이즈업'이라는 컨셉으로 아카페라 사이즈업의 특징을 잘

보여주고 있다.

김기현 빙그레 상무는 "지난해 출시된 아카페라 사이즈업은 가성비 높은 제품으로 소비자에게 큰 사랑을 받았다"며 "이번 광고 캠페인을 계기로 다양하고 재미있는 마케팅을 선보여 대용량 커피 시장의 대표주자가 될 계획"이라고 말했다.

[일동후디스] '카카오닙스차' 새광고



일동후디스가 항산화 폴리페놀 건강음료 '카카오닙스차' 리뉴얼을 맞아 모델 한혜진을 기용, 새광고를 선보인다. 이번 광고에서 모델 한혜진은 언제 어디서든 간편하게 카카오닙스차를 마시며 건강한 바디를 관리하는 모습을 담아냈다. '카카오닙스차'는 슈퍼푸드로 불리는 '카카오닙스'를 순수한 물로 우려낸 건강 액상차다. 카카오 고유의 풍미는 높이고, 폴리페놀을 최대로 살렸으며, 0Kcal로 칼로리 걱정 없이 물처럼 가볍게 즐길 수 있는 것이 특징이다. 카카오닙스는 초콜릿의 주원료인 카카오열매를 발효, 건조, 로스팅한 후 분쇄한 것으로 식이섬유, 칼슘, 마그네슘 등 각종 영양소와 폴리페놀이 풍부하다. 특히 폴리페놀은 대표적인 항산화 성분으로 체내 유해산소를 억제하여 심혈관, 두뇌활동, 체지방 개선 등 건강에 좋은 성분으로 알려져 있다.

[KB손해보험] 'KB손해보험 다이렉트' 새광고



KB손해보험 온라인 채널인 'KB손해보험 다이렉트'가 '하하하송'캠페인을 선보인다. 이번 캠페인에서는 다양한 할인 혜택

으로 '국민을 웃게 하는 국민의 자동차보험'이라는 메시지를 통해 KB손해보험 다이렉트만의 특별한 혜택을 효과적으로 전달한다. 피겨여왕 김연아, 딸바보 아빠 운전자 김선근 씨, 사회초년생

운전자 박민정 씨, 새차 구입 운전자 김성범 씨, 건기를 좋아하는 운전자 황미선 씨까지 차량을 소유한 다양한 국민들이 등장해 각자의 라이프 스타일에 맞는 할인 혜택에 즐거워 웃고 있는 모습을 담고 있다.

[동아제약] 눈 세정제 '아이봉' 새광고



동아제약은 눈 전용 세정제 '아이봉'의 모델로 아이돌그룹 아스트로(ASTRO)의 멤버 차은우를 선정하고 새광고를 선

보인다. 콘택트렌즈를 사용하는 젊은 여성 소비자를 겨냥한 이번 광고는 눈 속의 이물질에 무신경한 여성에게 차은우가 아이봉을 건네며 "진짜 안구정화란 이렇게 하는 거예요"라는 멘트와 함께 아이봉의 눈 세정 기능을 소개한다. 지난 1995년 일본 고바야시가 출시한 아이봉은 먼지, 땀, 렌즈착용, 화장품 사용 등으로 생긴 눈 속 이물질을 깨끗이 씻어주는 눈 전용 세정제다. 아이봉C, 아이봉W, 아이봉 미니 등이 출시돼 있다.

[LG생활건강] 오희 최고급 라인 '더 퍼스트 제너츄어'



LG생활건강은 화장품 브랜드 '오희'의 최고급 라인 '더 퍼스트 제너츄어'의 광고모델로 배우 김희애를 선정, 새광고를 선

보인다고 밝혔다. LG생활건강 관계자는 "철저한 자기관리로 한결 같은 미모를 지키고 있는 김희애의 우아한 이미지가 오희 더 퍼스트 제너츄어가 선사하는 특별하고 고귀한 아름다움을 전하는 데 시너지를 낼 수 있을 것으로 기대한다"고 전했다.

[현대차그룹] '재잘재잘 스쿨버스' 칸 동사자상 수상

현대자동차그룹의 미래 신기술 캠페인 '재잘재잘 스쿨버스'가 세계적인 광고제 '2018 칸 라이언즈 인터내셔널 페스티벌 오브 크리에이티비티(칸 국제광고제)'에서 PR부문 '동사자상'을 수상했다. '재잘재잘 스쿨버스' 영상은 현대차그룹 연구개발(R&D) 아이디어 페스티벌에서 선보인 '스케치북 윈도' 기술을 기반으로, 청각장애 특수학교에 다니는 어린이들이 통학버스 안에서 유리창



(스케치북 윈도)을 통해 소통하고 즐거워하는 등 새로운 형태의 자동차 경험을 보여 준다. 지난해 공개된 이 영상은 유튜브 조회수 1390만회를 기록하며 국내외에서 큰 호응을 얻었다. 올해 3월 '제26회 국민이 선택한 좋은 광고상'을 비롯, '2017 대한민국 광고대상' 금상 등을 수상하며 호평을 받았다.

[코카-콜라] 토레타 새광고 눈길



코카-콜라의 저자극 저칼로리 수분보충음료 '토레타! by 아쿠아리우스'(이하 '토레타')가 배우 박보영을 모델로 새광고를 선보인다. 이번 광고에서는 야외 공원에서 물총 싸움을 즐기는 박보영의 천진한 모습에서 무더위 속에서도 토레타로 수분을 보충하며 싱그럽고 상쾌하게 여름을 즐기자는 메시지를 전달하고 있다.

[하이트진로] 호주 맥주 '포엑스 골드' 새광고

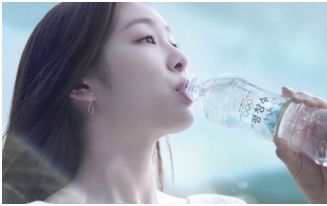


하이트진로는 호주 No.1 맥주 '포엑스 골드(XXXX GOLD)'의 새광고를 선보인다고 밝혔다. 하이트진로는 활동적인 소비자들에게 어울리는 포엑스 골드의 아웃도어 맥주 이미지를 강화하고자 이번 캠페인을 통해 포엑스 골드가 낮은 알코올 도수와 특유의 청량감으로 캠핑, 축제 등 아웃도어 활동에 적합한 맥주임을 강



조했다. 하이트진로 관계자는 “호주 판매1위이자 94년의 제조 노하우가 함축된 포엑스 골드의 인지도 향상과 시장 점유율 확대를 위해 체험 기회를 확대하고 다양한 마케팅 활동을 펼칠 계획”이라고 말했다.

[코카-콜라] '강원평창수' 새광고



코카-콜라가 김연아를 모델로 '강원평창수' 새광고를 선보인다. 김연아는 7년째 장수모델로 활동하고 있다. 이번 광고는

깨끗함, 순수함, 정직함으로 물의 원칙을 지키고 있는 강원평창수의 브랜드 철학을 김연아와 평창의 아름다운 자연 경관을 통해 잘 보여주고 있다.

[HSA드·광고학회] 해외 활동 신진 광고학자 시상



HSA드와 한국광고학회가 공동으로 제정한 'The Difference Research Award' 시상식이 7월 13일 중앙대학

교 100주년 기념관에서 열렸다.

'The Difference Research Award'는 해외에서 활동하고 있는 한국인 신진 광고학자들의 연구 활동을 독려하기 위해 2016년부터 한국광고학회와 HSA드가 공동 제정, 시상하고 있는 상으로, 엄정한 연구논문 심사를 통해 올해에는 김주영 조지아대학교 교수와 김혁수 불주립대학교 교수가 수상의 영예를 안았다. '남과 다름'을 뜻하는 상명의 'The Difference'는 HSA드의 광고 철학이기도 하다.

[제일기획] 칸 광고제 금·은·동 10개 석권



제일기획은 지난 6월 18일부터 22일까지(현지 시간) 프랑스 칸에서 열린 제65회 '칸 라이언즈(Cannes Lions)' 광고제

에서 금상 1개, 은상 2개, 동상 7개 등 총 10개 상을 수상했다고

밝혔다. 칸 라이언즈는 1953년에 시작된 세계 최고 권위의 광고제로 올해는 26개 부문에 약 3만2천여 편이 출품됐다.

제일기획 베네룩스법인이 네덜란드에서 삼성전자와 진행한 '삼성 스마트 슈트(Samsung Smart Suit)' 캠페인이 모바일부문에서 금상 1개와 동상 1개를, 제일기획 스페인법인이 제작한 삼성 전자 갤럭시S9'파쿠르 스크린(Parkour Screens)'은 옥외부문은 상을, 제일기획 인도법인이 제작한 '삼성 기술 학교(Samsung Technical School)' 광고가 글래스(Glass)부문 은상을 수상했다. 그 밖에 △홍콩법인의 JBL 인쇄광고 '블록 아웃 더 카오스(Block Out The Chaos)' △제일기획과 서울시가 함께 만든 '피카부 마스크(Peekaboo Mask)' △인도법인의 '굿 바이브(Good Vibes)' 등이 수상에 영예를 안았다.

[대홍기획] 아시아-태평양 스티비 어워즈 최고상 수상



대홍기획에서 제작한 롯데푸드 창립 60주년 기념 사사 '롯데푸드 60년사'가 아시아-태평양 스티비 어워즈 출판부문 최

고상인 금상을 수상했다. 대홍기획 디자인마케팅센터에서 진행한 '롯데푸드 60년사'는 1958년 창립한 롯데푸드 60년의 역사를 500페이지 분량으로 기록한 '히스토리북'과 롯데푸드의 주요 브랜드를 다룬 '브랜드북'으로 구성됐다.

아시아-태평양 스티비 어워즈는 전세계 기업 및 기관의 비즈니스 성과와 사회적 기여도를 평가해 시상하는 상으로, '비즈니스 분야의 오스카상'으로 평가받는 권위 있는 상이다.

[KOBACO] 2018 대한민국 공익광고제 공모전



방송통신위원회와 한국방송광고진흥공사는 '2018 대한민국 공익광고제 공모전'을 진행한다고 밝혔다.

공모전은 자유주제로 공식 홈페이지에서 모집요강, 출품규정을 확인한 후 공모전 접수메뉴를 통해 출품하면 된다.

수상작은 오는 10월 18일부터 10월 28일까지 서울마당에서 전시된다. 자세한 내용은 공식 홈페이지(psa.kobaco.co.kr)에서 확인할 수 있다. KAA